

**CICLO DE SERVICIO EN ENSAMBLADORAS
COLOMBIANAS DE MOTOCICLETAS GAMA ALTA QUE
COMERCIALIZAN EN EL ÁREA METROPOLITANA**

SEBASTIÁN MONTOYA CASTILLO

NATALIA VARGAS ARBOLEDA

Trabajo de grado para optar al título de Ingeniería Administrativa

Ana María Ortega Álvarez

Magíster en Dirección de Marketing



ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA

INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

ENVIGADO

2014

AGRADECIMIENTOS

A Jorge Esteban Mesías Hoyos, director de unidad académica de ingeniería administrativa, por su apoyo y asesoría desde la construcción del anteproyecto.

A Ana María Ortega Álvarez, directora del presente trabajo, por su tiempo, ayuda y buena disposición.

A las personas que nos ayudaron con las entrevistas por su amabilidad, honestidad y sentido de compromiso.

A nuestras familias por su acompañamiento durante todo el proceso de formación académica y confianza depositada.

CONTENIDO

	pág.
RESUMEN.....	9
ABSTRACT	11
INTRODUCCIÓN.....	12
1 PRELIMINARES	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.1.1 Contexto y caracterización del problema	13
1.1.2 Formulación del problema	14
1.1.3 Problema de investigación.....	15
1.2 Objetivos del proyecto	15
1.2.1 Objetivo General.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Marco de referencia.....	16
1.3.1 Marco teórico.....	16
1.3.2 Marco contextual	21
2 METODOLOGÍA.....	23
2.1 Priorizar momentos de verdad	23
2.2 Estrategias de mejoramiento del ciclo de servicio.....	25
2.3 Evaluación de las estrategias de mejoramiento del ciclo de servicio	25
2.4 Acciones para la implementación de las estrategias.....	25

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

3	PRIORIZAR MOMENTOS DE VERDAD.....	27
3.1	Ensambladoras gama alta identificadas.....	27
3.2	Puntos de venta y centros de servicio identificados	28
3.3	Evaluación del comportamiento de los consumidores mediante observaciones	28
3.3.1	Cuotas para definir los puntos de atención	29
3.3.2	Evaluación de puntos de atención según las cuotas establecidas	29
3.3.3	Protocolo de la observación.....	30
3.3.4	Resultados de las observaciones	34
3.4	Evaluación del comportamiento de los consumidores mediante entrevistas en profundidad	40
3.4.1	Cuotas para definir la muestra de personas a entrevistar	40
3.4.2	Protocolo de las entrevistas en profundidad	40
3.4.3	Resultados de las entrevistas en profundidad.....	42
4	ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO	47
4.1	Fortalezas y debilidades de las ensambladoras.....	47
4.2	Matriz dofa para la industria de ensambladoras de Motocicletas gama alta.....	50
4.3	Estrategias para incrementar la satisfacción de los clientes y optimizar los procesos de las ensambladoras	51
4.3.1	Estrategias FO.....	51
4.3.2	Estrategias DO	52
4.3.3	Estrategias FA	52

5	EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO	54
5.1	Construcción y evaluación de las estrategias mediante la matriz mcpe	54
5.2	Estrategias seleccionadas	60
6	ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS	62
6.1	Estrategia # 3: utilizar excedentes en capacitación de la fuerza de ventas.	62
6.2	Estrategia # 7: ferias en los concesionarios con validadores de marca.....	64
6.3	Estrategia # 10: venta de garantías extendidas.	65
7	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	67
8	CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES.....	71
	BIBLIOGRAFÍA.....	73
	ANEXOS.....	76

GUÍA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1 - Establecimientos por marca.....	28
Tabla 2 - Cuotas para observaciones	29
Tabla 3 - Concesionarios y CSA seleccionados.....	30
Tabla 4 - Cronograma observaciones	31
Tabla 5 - Cronograma entrevistas en profundidad	41
Tabla 6 - Código de colores transcripciones	42
Tabla 7 - Fortalezas y debilidades de las ensambladoras.....	47
Tabla 8 - DOFA para las ensambladoras gama alta	50
Tabla 9 - MCPE	55
Tabla 10 - Indicador estrategia # 3.....	63
Tabla 11 - Indicador estrategia # 7.....	65
Tabla 12 - Indicador estrategia # 10.....	66

GUÍA DE ILUSTRACIONES

	pág.
Ilustración 1 - Diario de campo observaciones en concesionarios	32
Ilustración 2 - Diario de campo observaciones en CSA.....	33
Ilustración 3 - Momentos de verdad	39
Ilustración 4 - Momentos de verdad prioritarios y su ubicación en el ciclo de servicio.....	46

LISTA DE ANEXOS

pág.

ANEXO 1 - REFERENCIAS GAMA ALTA DE LAS ENSAMBLADORAS	76
ANEXO 2 - PUNTOS DE ATENCIÓN DE LAS MARCAS	78
ANEXO 3 - EVALUACIÓN DE PUNTOS DE ATENCIÓN SEGÚN CUOTAS	84
ANEXO 4 - OBSERVACIONES EN CONCESIONARIOS Y CSA.....	93
ANEXO 5 - TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD.....	114
ANEXO 6 - REGISTROS FOTOGRÁFICOS.....	243

RESUMEN

Actualmente existe una inadecuada identificación de cuáles son los momentos de verdad más relevantes dentro del ciclo de servicio que viven los clientes propietarios de motocicletas gama alta en el Valle de Aburrá, y es por esto que surge la necesidad de tener información sobre el tema, para que las ensambladoras que comercializan sus productos en esta zona, puedan apuntarle al mejoramiento de la experiencia vivida por sus clientes en los momentos que son considerados más importantes.

Es por esto que se trazó como objetivo realizar un diagnóstico del ciclo de servicio mencionado y plantear estrategias que les permitieran a dichas ensambladoras aumentar la satisfacción de sus clientes y/u optimizar sus procesos. Para cumplirlo se decidió hacer una investigación cualitativa, la cual se describe a continuación.

Primero se hizo una exploración en la web para identificar todos los concesionarios y centros de servicio autorizados de la zona de estudio y así poderlos evaluar según unas cuotas previamente definidas, y poder determinar cuáles puntos de atención eran significativos y ayudarían a explicar el comportamiento del sector. En estos se utilizó la observación como herramienta exploratoria para identificar todos los momentos de verdad a los que están expuestos los clientes de motocicletas gama alta.

Luego, basados en cuotas de selección definidas, se escogieron personas que hubieran vivido todo el proceso comercial y de posventa con una moto de alta cilindrada para realizarles entrevistas en profundidad, con el fin de identificar otros momentos de verdad y priorizar lo ya identificados. De este proceso se obtuvieron como momentos prioritarios la asesoría brindada por el asesor comercial en el punto de venta, el ofrecimiento del servicio de *test drive*, la entrega de la moto, la solución de las necesidades del cliente cuando lleva su vehículo a un Centro de Servicio Autorizado (CSA), la información suministrada del trabajo realizado y la entrega de la motocicleta después de una revisión o garantía.

Después se procedió a construir una matriz DOFA para el sector estudiado con los momentos de verdad identificados como los más importantes, y a partir de esta plantear estrategias FO, DO y FA. Posteriormente se procedió a evaluar cada una de ellas mediante la elaboración de una matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE), donde se seleccionaron aquellas estrategias que tuvieran un mayor impacto en la satisfacción del consumidor.

Finalmente las estrategias seleccionadas consistían en la realización de ferias con expertos en los concesionarios, capacitación de la fuerza de ventas en temas específicos y la venta de garantías extendidas para las motos gama alta. A cada una de ellas se le plantearon las acciones a seguir para poder implementarlas y obtener los resultados esperados.

Palabras clave: Motos gama alta, ciclo de servicio, momentos de verdad, satisfacción del cliente, estrategias de mejoramiento.

ABSTRACT

Nowadays there is an inadequate identification of which of the moments of truth are more important in the service cycle that live the customers that own a high cubic capacity motorcycle in Valle de Aburrá, and is for this reason that emerges the need of having this information. With this, the different assemblers will be able to set their effort in increasing the satisfaction of the clients in these specific moments.

Knowing this, the objective set is to make a diagnosis of the service cycle previously mentioned and to bring up with strategies that help the assemblers to increase the satisfaction of their customers and improve their processes. For accomplishing this, a qualitative investigation was made, and is described in the next paragraphs.

First a web exploration was made to identify all the stores and authorized workshops in the zone, then they were evaluated taking into account criteria previously defined and then being able to select the places that were significant and would help to explain the behavior of the sector. In those places, the observation was selected as an exploratory tool to identify the most important moments of truth for the customers of high cubic capacity bikes.

Based on some criteria, people who have lived the entire commercial and post purchase process with high cubic capacity bikes were selected for being part of interviews, with the purpose of identify other moments of truth and prioritize all of them. The results of this process were the following moments: the advice given by the agents, the *test drive* service, the moment of delivery, solution of the needs in the workshops, the quality of information and the delivery after the bike is checked or fixed in warranty.

A SWOT matrix for the sector was build based on the most important moments and was the base for the SO, WO and WT strategies that were set. Then all of the strategies were evaluated with MCPE matrix and the ones with higher impact on the customer's satisfaction.

Finally the strategies that were selected are: have experts and fairs in the stores in some specific days, training process for the sales force of high cubic capacity bikes and sales of extended warranties for this kind of vehicles. For each strategy, some actions are suggested.

Key words: High cubic capacity bikes, service cycle, moments of truth, customer's satisfaction, improvement strategies.

INTRODUCCIÓN

Aunque se tiene conocimiento de que las ensambladoras colombianas de motocicletas gama alta consideran la entrega del producto como el momento de verdad más importante, no se cuenta con una investigación que lo ratifique o lo desmienta, ni que considere otros momentos del ciclo de servicio que experimentan los clientes de estas.

Por esta razón se procedió a la realización de un diagnóstico del ciclo de servicio con el fin de plantear estrategias que le permitan a las marcas aumentar la satisfacción de sus clientes y optimizar sus procesos.

Primero se identificó qué concesionarios y Centros de Servicio Autorizados eran aptos para el estudio y podrían ofrecer información significativa. Luego, gracias a las observaciones en cada uno de estos puntos de atención se registraron todos los momentos de verdad que vive el cliente desde la exploración inicial hasta la finalización de la garantía de su vehículo. Después, mediante las entrevistas en profundidad se buscó identificar otros momentos que hubieran sido omitidos y se procedió a priorizarlos.

Ya habiendo identificado los momentos de verdad más importantes para los clientes, se elaboró una matriz DOFA para el sector de motos gama alta que permitiera el planteamiento de estrategias FO, DO y FA; pero para que fuera más aplicable para las empresas se evaluaron las estrategias mediante la matriz cuantitativa de la planeación estratégica (MCPE) y se hallaron aquellas que tendrían un mayor impacto.

Por último se plantearon acciones que ayudarán a cumplir el objetivo de cada una de las estrategias, que tienen como común denominador aumentar la satisfacción de los clientes y ayudar a las marcas a mejorar y optimizar sus procesos.

1 PRELIMINARES

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Contexto y caracterización del problema

Actualmente la estructura organizacional de gestión por procesos es la teoría y el enfoque que complementa la antigua y más utilizada estructura, la estructura funcional; pues el aplicar una gestión por procesos, permite, además de obtener los beneficios de una estructura funcional, identificar los procesos y macro procesos de valor, de dirección y de apoyo, que alineados, logran una mayor orientación de parte de la organización hacia el cliente y por ende una mayor competitividad. (Riascos González, 2006). Esta mayor orientación hacia el cliente se da debido a que es el principio básico de la gestión de calidad y la principal diferencia con la conocida “estructura vertical”. La concentración en las necesidades del cliente le permite a las organizaciones detectar sus fortalezas y debilidades, para trazar estrategias de mejoramiento continuo.

En un mundo cada vez más globalizado y competitivo, las exigencias de los clientes son mayores y por ende, es indispensable lograr la identificación y satisfacción de las necesidades de estos para que los momentos en los que interactúan con el producto y/o servicio y con la organización, sean situaciones identificables y medibles para poder entender lo que el cliente percibe de la empresa y cómo evalúa cada experiencia vivida con el producto y/o servicio. (Iizarbe Izquierdo, 2010)

Con el crecimiento económico que ha presentado Colombia desde el año 2002, varios sectores de la economía que no eran representativos anteriormente, han venido tomando fuerza hasta el punto de convertirse en pioneros en América Latina (DANE, 2012). Este es el caso del sector automotriz, pues *“Según últimas cifras del DANE (Encuesta Anual Manufacturera) esta industria contribuyó con el 4% del total de la producción industrial del país, de la cual el 1.1% corresponde a la actividad de ensamble de motocicletas.”* (ANDI, S.F)

En el caso de las ensambladoras de motocicletas los momentos en que el usuario debe interactuar con la empresa son abundantes, ya que no basta con acercarse a un concesionario, seleccionar el producto y pagar, sino que una compra implica crear una relación entre la organización y el cliente, en la cual se deberá interactuar con frecuencia, por lo menos durante el período de garantía que se ofrece por el producto.

Cada uno de estos momentos de interacción entre el cliente y la empresa son “momentos de verdad” en los cuales el cliente puede generar una satisfacción o insatisfacción con el servicio prestado (Aranda Gutiérrez & Basante Butrón, 2003). Por lo tanto, para las ensambladoras de motocicletas, se convierte en un trabajo tedioso especializarse y potencializar cada uno de los momentos y es de vital importancia detectar cuáles de estos son los más relevantes y así enfocarse en la mejora de aquello que es realmente importante para los clientes. Teniendo en cuenta esto, se exploró acerca de estudios del sector o sectores similares que permitieran priorizar dichos momentos, sin embargo no se logró identificar una investigación específica sobre el tema.

Además, los usuarios de motocicletas de alta gama tienen un nivel de exigencia mayor respecto al servicio que les deben brindar las ensambladoras y es por esto que el proyecto se centrará específicamente en el segmento de motocicletas de alta cilindrada.

1.1.2 Formulación del problema

En las ensambladoras colombianas de motocicletas gama alta, el ciclo de servicio de los clientes está compuesto por múltiples interacciones y variados momentos de verdad que facilitan o dificultan que las organizaciones puedan desarrollar potencialmente todos los elementos relacionados con la satisfacción de las expectativas de sus clientes y el mejoramiento continuo de los procesos.

Actualmente existe una inadecuada identificación de cuáles son los momentos de verdad más relevantes dentro del ciclo de servicio para las empresas colombianas ensambladoras de motocicletas gama alta, y es necesario tener información sobre este tema, así las organizaciones pueden apuntarle al mejoramiento de los componentes del ciclo de servicio que sus consumidores consideran más importantes.

1.1.3 Problema de investigación

Para la presente investigación se plantearon las siguientes preguntas que sirvieron como guía para trazar los objetivos específicos del proyecto:

- ¿Cuáles son los momentos de verdad prioritarios desde la perspectiva del cliente que componen el ciclo de servicio de las ensambladoras de motocicletas alta gama que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá?
- ¿Qué estrategias se pueden implementar en el ciclo de servicio que pueden conducir al incremento de la satisfacción de los clientes del sector y a la optimización de los procesos?
- ¿Cuáles estrategias son las más prioritarias y oportunas de implementar actualmente en las ensambladoras de motocicletas?
- ¿Qué acciones se deben tomar para llevar a cabo con éxito las estrategias definidas?

1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico del ciclo de servicio de las empresas ensambladoras de motocicletas gama alta que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá precisando estrategias para su mejoramiento.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Priorizar los momentos de verdad del ciclo de servicio de las empresas ensambladoras de motocicletas alta gama que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá desde la perspectiva de los clientes.
- Plantear estrategias de mejoramiento en el ciclo de servicio que conduzcan al incremento de la satisfacción de los clientes del sector y a la optimización de los procesos a través de la Matriz DOFA.
- Evaluar las estrategias mediante la Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE).

- Proponer acciones para la implementación de la o las estrategias que resulten más atractivas en la MCPE.

1.3 MARCO DE REFERENCIA

1.3.1 Marco teórico

- **Momentos de verdad**

Los momentos de verdad son un concepto introducido inicialmente por Karl Albrecht, que los define como “*un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización y se crea una impresión sobre la calidad de su servicio*”, pero con el tiempo otros autores han intentado plantear teorías que complementen la definición inicial. (Aranda Gutiérrez & Basante Butrón, 2003). Como es el caso de Ernesto Yturralde que define estos momentos como “*las experiencias que los clientes perciben en todos los tramos de los puntos de contacto*”.

Es importante aclarar que cuando se hace referencia a los momentos de verdad, no siempre se consideran los contactos interpersonales; hay otro tipo de elementos de la organización relacionados con los espacios físicos, las estrategias comunicativas y de orientación a los usuarios dentro y fuera de las instalaciones de la organización, que son determinantes en el éxito de las relaciones entre las empresas y sus clientes. Al respecto se ha dicho:

Un momento de la verdad, no necesariamente lo determina el contacto humano. Cuando el cliente llega al lugar del servicio y entra en contacto con cualquier elemento de la empresa (infraestructura, señalamientos, oficinas, etc.), es también un momento de la verdad. Para poder ofrecer un mejor servicio al cliente, se requiere controlar cada momento de la verdad. El cliente desconoce las estrategias, procesos, sistemas, áreas, departamentos, problemas y éxitos de la empresa, sólo conoce lo que la empresa hace por él en ese momento y a partir de ello, califica la calidad del servicio. (Lozano, 2011)

Los momentos de verdad en cada organización son múltiples y el reto de los gerentes y los grupos de mercadeo está en identificar aquellos que son más trascendentes en el ciclo de servicio para definir las acciones a desarrollar y los recursos a invertir prioritariamente, generando mayor impacto sobre las ventas y la satisfacción de los clientes. Frente al tema se ha mencionado:

No todos los momentos de la verdad son iguales. En una empresa característica de alto nivel de contacto con el cliente, puede haber más de cien tipos diferentes de momentos de la verdad, pero por lo general, sólo algunos de ellos tendrán un impacto crítico sobre las percepciones de los usuarios.

Estos momentos críticos de la verdad requieren una atención y unas dedicaciones especiales. Los gerentes no pueden estar en todos lados a la vez, por lo que necesitan escoger con cautela cuales son los aspectos de la operación que tienen un potencial mayor de impacto, ya sea positivo o negativo, sobre la satisfacción de los ciudadanos y sobre su intención de realizar una nueva compra. Deben controlar estos aspectos especiales del producto y ayudar al personal a dominarlos de forma eficaz. (Bermúdez Morales, S.F)

Para efectos de esta investigación se tendrán en cuenta todos los conceptos que anteriormente se plantearon, entendiendo como momento de verdad cualquier interacción que hay entre el cliente y la empresa, en la cual, el usuario puede generar una percepción de satisfacción o insatisfacción, aclarando que la interacción puede ser con el producto, el espacio físico, los empleados de la organización, las estrategias comunicativas y todos los puntos de contacto que puedan generar una impresión positiva o negativa en el cliente.

Además, se tendrá en cuenta para la realización de este proyecto, que existen unos momentos de verdad más relevantes que otros y que son estos los que más influencia tienen en las futuras decisiones de los clientes en relación con las compras y fidelización con la organización. A estos momentos de verdad se les reconocerá con el nombre de “Momentos críticos de verdad”.

- **Ciclo de servicio**

La totalidad de los momentos de verdad tienen una secuencia establecida e identificable, la cual permite conformar el ciclo de servicio. Como dice Luis Lozano “*el ciclo de servicio es la secuencia completa de los momentos de la verdad que el cliente experimenta al solicitar un servicio*”. (Lozano, 2011)

Algo importante que resalta el Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (COPEME) de Perú es:

El ciclo de servicio se optimiza cuando más simple es y contiene menos puntos de contacto, puesto que ello implica que el cliente tiene que realizar

menos “gestiones” para recibir un servicio óptimo. Mientras menos eslabones tiene la cadena y más fuertes son estos, se reduce el riesgo de que esta se rompa y por tanto de mostrar una mala imagen al cliente (percepción nivelada con las expectativas) (COPEME, 2009).

Cuando se hace referencia a las empresas ensambladoras de motocicletas el análisis del ciclo de servicio se hace complejo dados los múltiples puntos de contacto entre el usuario y la organización y por ende la comprensión de los momentos de verdad es prioritaria para determinar el tipo de “gestiones” que deben realizar los empleados de la organización con el fin de obtener unas óptimas relaciones con sus clientes.

El ciclo de servicio a analizar en esta investigación comprende desde la experiencia preventiva, donde el cliente explora los diferentes productos y servicios que ofrece el mercado, hasta la finalización del servicio posventa, que en las ensambladoras de motocicletas concluye al terminarse el período de la garantía.

- **Método del juicio**

El método del juicio es uno de los métodos de muestreo no probabilístico, es decir, los elementos específicos a contactar de la población se seleccionan de manera no aleatoria (no usa selección al azar) y consiste en seleccionar la muestra según el criterio del investigador acerca de lo representativo de la población de interés. (McDaniel & Gates, 2010)

- **Matriz DOFA**

“Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis DOFA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas”. (Ponce Talancón, 2007)

- Las estrategias FO:

Usan las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas. Todos los gerentes querrían que sus organizaciones estuvieran en una posición donde pudieran usar las fuerzas internas para aprovechar las tendencias y los hechos externos. Por regla general, las organizaciones siguen a las estrategias de DO, FA o DA para colocarse en

una situación donde puedan aplicar estrategias FO. Cuando una empresa tiene debilidades importantes, luchará por superarlas y convertirlas en fuerzas. Cuando una organización enfrenta amenazas importantes, tratará de evitarlas para concentrarse en las oportunidades. (Contreras, 2006)

○ Las estrategias DO:

Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. En ocasiones existen oportunidades externas clave, pero una empresa tiene debilidades internas que le impiden explotar dichos oportunidades. Por ejemplo, podría haber una gran demanda de aparatos electrónicos para controlar la cantidad y los tiempos de la inyección de combustible los motores de automóviles (oportunidad), pero un fabricante de partes para autos quizás carezca de la tecnología requerida para producir estos aparatos (debilidad). Una estrategia DO posible consistiría en adquirir dicha tecnología constituyendo una empresa de riesgo compartido con una empresa competente en este campo. Otra estrategia DO sería contratar personal y enseñarle las capacidades técnicas requeridas. (Contreras, 2006)

○ Las estrategias FA:

Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas. Esto no quiere decir que una organización fuerte siempre deba enfrentar las amenazas del entorno externo. Un ejemplo reciente de estrategia FA se presentó cuando Texas Instruments usó un magnífico departamento jurídico (fuerza) para cobrar a nueve empresas japonesas y coreanas casi 700 millones de dólares por concepto de daños y regalías, pues habían infringido las patentes de semiconductores de memoria. Las empresas rivales que imitan ideas, innovaciones y productos patentados son una amenaza grave en muchas industrias". (Contreras, 2006)

○ Las estrategias DA:

Son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno. Una organización que enfrenta muchas amenazas externas y debilidades internas de hecho podría estar en una situación muy precaria. En realidad, esta empresa quizá tendría que luchar por supervivencia, fusionarse, atrincherarse, declarar la quiebra u optar por la liquidación. (Contreras, 2006)

• **Matriz MCPE**

La Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE) es un instrumento que permite evaluar las estrategias alternativas en forma objetiva, a partir de los factores críticos para el éxito, internos y externos y de las capacidades y limitaciones de la organización, identificados con anterioridad. (Contreras, 2006)

Los pasos para la elaboración de la MCPE son:

-
- *Hacer una lista de las oportunidades/amenazas externas y de las fortalezas/debilidades internas clave en la columna izquierda de la MCPE.*
 - *Asignar una ponderación a cada uno de los factores internos y externos clave.*
 - *Identificar las estrategias alternativas cuya implementación debe considerar la organización y situarlas en la fila superior de la MCPE.*
 - *Determinar el puntaje de atractividad (PA), es decir, un valor numérico que indique el atractivo relativo de cada una de las estrategias que conforman un conjunto específico de alternativas. El puntaje de atractividad (PA) se determina examinando uno a uno los factores internos o externos con base en esta pregunta: "¿Este factor afecta la elección de estrategias realizada?". Si la respuesta es positiva, las estrategias deben compararse en relación con ese factor clave. Este puntaje debe asignarse específicamente a cada estrategia para indicar su atractivo relativo sobre las demás en lo que respecta al factor clave que se esté analizando. El rango del puntaje de atractividad es 1 = no atractivo, 2 = algo atractivo, 3 = razonablemente atractivo, y 4 = altamente atractivo. Por atractivo queremos decir el grado en que una estrategia permite, en comparación con las demás, que la empresa capitalice sus fortalezas, supere sus debilidades, aproveche la oportunidad o*

evite la amenaza. Al desarrollar la MCPE es recomendable trabajar fila por fila. Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa —lo cual indica que el factor clave en cuestión no afecta la elección específica realizada—, no asigne puntajes de atractivo a las estrategias de ese conjunto; en lugar de ello utilice un guion para indicar que el factor clave no afecta la elección. Nota: si asigna un PA a una estrategia, haga lo propio con las demás. En otras palabras, si desde su punto de vista una de las estrategias de un conjunto en particular no tiene efecto sobre la elección (y por lo tanto, recibe un guion), todas las demás de ese conjunto deben calificarse igual.

- *Calcular la calificación del atractivo. La calificación del atractivo (CA) se define como el resultado de multiplicar las ponderaciones por el puntaje de atractivo de cada fila. La calificación del atractivo indica el atractivo relativo de cada estrategia alternativa, considerando exclusivamente el impacto de los factores internos clave adyacentes. Cuanto mayor sea la CA más atractiva será la alternativa estratégica (considerando sólo el factor clave adyacente).*
- *Obtener la calificación total del atractivo: Sume las calificaciones del atractivo de cada columna de estrategia de la MCPE. La calificación total del atractivo (CTA) indica cuál es la estrategia más atractiva en un conjunto de alternativas. Los puntajes más altos indican las estrategias más atractivas, considerando todos los factores internos y externos relevantes que pudieran afectar las decisiones estratégicas. La magnitud de la diferencia que haya entre las calificaciones totales del atractivo en un conjunto determinado de alternativas. (Coronado, 2012)*

1.3.2 Marco contextual

- **Ensambladoras de motocicletas gama alta:**

La industria automotriz colombiana está conformada por la actividad de ensamble de vehículos, producción de autopartes y ensamble de motocicletas. (ANDI, S.F)

Debido a su importancia a nivel nacional, en la ciudad de Medellín, es posible encontrar comercializadoras de todas las marcas que están disponibles para el consumidor en Colombia (ANDI, S.F). Las estadísticas del DANE reflejan el orden de ensambladoras de motos según su participación en el mercado así:

- Autotécnica de Colombia S.A. - AUTEKO
- Honda – FANALCA S.A.
- Incolmotos– YAMAHA

-
- Suzuki S.A.
 - AKT
 - UM
 - AYCO
 - JIAILING
 - JINCHENG

Más específicamente, la participación de esta industria en el mercado doméstico se distribuye así: 39% Auteco, 19% Incolmotos Yamaha, 15% Fanalca Honda y 9% Suzuki Motors de Colombia. (UPI, 2013)

Estas ensambladoras comercializan motos de diferentes marcas y categorías, que pueden ser de gama baja, media o alta. Las motocicletas consideradas de Alta Gama son todas las motocicletas cuya cilindrada sea igual o superior a 250 c.c.

Las marcas que tienen motocicletas de gama alta en su portafolio de productos y por ende en las que se enfocará la realización de este proyecto son:

- Auteco (Kawasaki, KTM y Kymco)
- Honda
- Yamaha
- Suzuki

- **Valle de Aburrá:**

El Valle de Aburrá está ubicado en el centro-sur del departamento de Antioquia, Colombia. Esta subregión está conformada por los municipios de Barbosa, Girardota, Copacabana, Bello, Medellín, Itagüí, Envigado, Sabaneta, Caldas y La Estrella. (Gobernación de Antioquia, 2012).

2 METODOLOGÍA

La investigación que se adoptó para llevar a cabo el proyecto es de carácter cualitativo, a través las herramientas de investigación conocidas como observaciones y entrevistas en profundidad. Se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico mediante el método del juicio, ya que los elementos específicos de la población fueron seleccionados según los criterios de los investigadores.

Se consideró el método del juicio como el más adecuado, porque las decisiones acerca de los criterios de selección de la muestra son apoyadas en las experiencias y conocimientos técnicos de personas conocedoras del tema, permitiendo hacer un juicio objetivo y representativo de la elección.

A continuación se enuncia el procedimiento planteado para lograr el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos:

2.1 PRIORIZAR MOMENTOS DE VERDAD

OBJETIVO ESPECÍFICO: priorizar los momentos de verdad del ciclo de servicio de las empresas ensambladoras de motocicletas alta gama que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá desde la perspectiva de los clientes.

- Identificación de las empresas ensambladoras colombianas de motocicletas gama alta que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá.
- Localización los puntos de venta directos que comercializan estas marcas.
- Ubicación de los talleres autorizados por las marcas para atender este segmento de motocicletas.
- Definición de criterios que permitan seleccionar tanto los concesionarios como los centros de servicio autorizados (CSA) más significativos para cada marca.
- Evaluación de los concesionarios y CSA a partir de los criterios definidos mediante la utilización de la herramienta cualitativa *mystery shopper* a través de llamadas incógnitas para seleccionar los lugares que se visitaron de cada marca
- Evaluación del comportamiento de las personas desde el momento en que entran en cada uno de los concesionarios y CSA seleccionados utilizando la técnica de la observación. Para este fin, se utilizó un diario de campo, el cual, contó con un formato preestablecido con unos criterios definidos de evaluación de los comportamientos de los usuarios, que ayudaron a realizar la observación de forma más neutral para cada una de las experiencias vividas en los concesionarios y CSA. Con estos diarios de campo se reunieron todos los resultados obtenidos para su análisis.

En los concesionarios, se tuvieron en cuenta diferentes procesos realizados durante la visita, como solicitud de cotizaciones, compras, experiencia con la infraestructura del lugar, preguntas a los asesores, *test drives*, manipulación del producto, entrega de la motocicleta, entre otros. Y para los CSA se tendrán en cuenta situaciones como experiencia con la infraestructura del lugar, revisión de la motocicleta, entrega de la motocicleta, interacción con los técnicos, entre otros.

Para cada marca estudiada se realizaron en principio cuatro (4) observaciones, distribuidas así: 2 para los concesionarios y 2 para los CSA. Para un total de 16 observaciones. Si una vez terminadas las observaciones planteadas no se llegaba a una información concluyente, se procedió a realizar más observaciones hasta determinar que la información obtenida fuera redundante y no aportara nuevos conceptos a la investigación. Esta decisión se tomó basada en las técnicas de muestreo en la investigación cualitativa planteadas en su artículo por Ana Belén Salamanca Castro y Cristina Martín-Crespo Blanco. (Salamanca Castro & Martín-Crespo Blanco, 2007)

- Definición de criterios que permitieron seleccionar clientes actuales de las diferentes marcas que pudieran aportar información relevante a la investigación.
- Conocimiento acerca de los momentos de verdad más importantes en el ciclo de servicio e identificar otras posibles opciones mediante la realización de entrevistas a profundidad a usuarios propietarios de motocicletas de alta gama (inicialmente dos entrevistas por cada marca, para un total de 8 entrevistas). Las personas entrevistadas fueron hombres entre 18 y 60 años. Cada entrevista fue grabada para luego procesarla y analizar la información recopilada.

Si una vez terminadas las entrevistas planteadas no se llegase a una información concluyente, se procedió a realizar otras más hasta determinar que la información obtenida fuera redundante. El número de entrevistas a profundidad se determinó con el mismo criterio utilizado para las observaciones. (Salamanca Castro & Martín-Crespo Blanco, 2007)

- Identificación cuáles son los momentos de verdad que componen el ciclo de servicio de las ensambladoras de motocicletas gama alta que comercializan en el Valle de Aburrá, según toda la información recopilada de las observaciones y las entrevistas a profundidad, para posteriormente concluir cuales de estos momentos de verdad son más relevantes para los usuarios de las motocicletas gama alta y su justificación. Estos momentos de verdad más significativos, fueron identificados de acuerdo con la frecuencia con la que fueron enunciados por los entrevistados u observados y la importancia que estos le dieron a cada uno de ellos.

2.2 ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO

OBJETIVO ESPECÍFICO: plantear estrategias de mejoramiento en el ciclo de servicio que conduzcan al incremento de la satisfacción de los clientes del sector y a la optimización de los procesos, a través de la matriz DOFA.

- Identificación de las fortalezas y debilidades que tiene cada ensambladora a partir de las observaciones y las entrevistas a profundidad realizadas a sus clientes, basados en los momentos de verdad más relevantes previamente establecidos.
- Identificación del perfil externo (oportunidades y amenazas) a partir de las observaciones y las entrevistas a profundidad que tiene cada ensambladora estudiada, basados en los momentos de verdad más relevantes previamente establecidos.
- Construcción de Matriz DOFA para la categoría de motocicletas gama alta en el Valle de Aburrá, identificando los factores críticos de éxito, tanto a nivel interno como externo.
- Con base en la matriz DOFA consolidada de la categoría se plantearon estrategias FO, estrategias DO y estrategias FA que puedan generar incremento en la satisfacción de los clientes y/u optimizar los procesos de las ensambladoras.

2.3 EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO

OBJETIVO ESPECÍFICO: evaluar las estrategias mediante la matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE).

- Utilizando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas de la matriz DOFA, se evaluaron las estrategias FO, DO y FA planteadas, mediante la construcción de la MCPE.
- Según los resultados arrojados de la MCPE, selección de la(s) estrategia(s) más atractiva(s).

2.4 ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

OBJETIVO ESPECÍFICO: Proponer acciones para la implementación de la estrategia que resulte más atractiva en la MCPE.

- De acuerdo con la o las estrategias seleccionadas, planteamiento de las acciones y actividades que permitirán su adecuada implementación y por ende incrementen

la satisfacción de los clientes y la optimización de los procesos al mejorar el ciclo de servicio.

3 PRIORIZAR MOMENTOS DE VERDAD

3.1 ENSAMBLADORAS GAMA ALTA IDENTIFICADAS

Según la ANDI, “en Colombia operan de manera activa las siguientes ensambladoras de motocicletas:”

- Autotécnica Colombiana S.A. – AUTECO (marcas Kawasaki, Bajaj, Kymco y KTM)
- Honda – Fanalca S.A. (marca Honda)
- Incolmotos – Yamaha (marca Yamaha)
- Suzuki S.A. (marca Suzuki)
- AKT (marcas AKT y TVS)
- UM (marca United Motors)
- AYCO (marca AYCO)
- Jialing (marca Jialing)
- Jincheng (marca Jincheng)

De las ocho ensambladoras mencionadas anteriormente, únicamente cuatro de ellas comercializan motocicletas de 250 C.C o mayor cilindrada, las cuales se conocen como motos de gama alta. Estas ensambladoras son Auteco (con sus marcas Kawasaki, KTM y Kymco), Honda, Suzuki y Yamaha.

Se realizó una exploración en las páginas web de las marcas, buscando identificar todas las referencias actuales que ofrece cada una de ellas en la categoría de alta cilindrada, para conocer qué tipo de concesionarios, centros de servicio y usuarios de motos van a ser parte de la muestra del estudio.

Se encontró que la ensambladora colombiana con mayor cantidad de referencias de alta gama es Autotécnica Colombiana S.A, con un total de 43 referencias, de las cuales 18 pertenecen a Kawasaki, 24 de KTM y una de Kymco. La segunda marca con mayor oferta de este tipo de motos es Incolmotos Yamaha con 17, seguido por Fanalca S.A con 14 y por último Suzuki con 9. El detalle de esta información se encuentra en el ANEXO 1.

De esta exploración inicial se determinó que Kymco, como marca de Auteco, no participaría en el estudio debido a que solo tiene un modelo con cilindrada superior a 250 C.C.

3.2 PUNTOS DE VENTA Y CENTROS DE SERVICIO IDENTIFICADOS

Se realizó una exploración en las páginas web de cada una de las marcas, donde se identificaron todos los puntos de venta y centros de servicio autorizados que tienen las marcas en el Valle de Aburrá.

En las páginas web se logró obtener información básica de cada establecimiento como lo son: nombre, dirección y número telefónico. Sin embargo, la información no estaba claramente segmentada para cada uno de los tipos de motos, en este caso para gama alta.

La cantidad de puntos de venta y talleres autorizados encontrados se muestran en la Tabla 1.

Tabla 1 - Establecimientos por marca

Ensambladora	# de puntos de venta	# de CSA
Auteco	23	27
Honda	12	19
Suzuki	8	3
Yamaha	14	15

Fuente: Elaboración propia

De lo anterior se observa que Auteco es la marca con mayor volumen de establecimientos de venta y de servicio técnico entre las ensambladoras, mientras que Suzuki es la que menos puntos de atención tiene.

En el ANEXO 2 se encuentran todos los datos obtenidos de la exploración, con los teléfonos y direcciones de los concesionarios y talleres que se tuvieron en cuenta para desarrollar la investigación.

3.3 EVALUACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES MEDIANTE OBSERVACIONES

Las observaciones sirvieron como herramienta de una investigación exploratoria que permitió identificar y conceptualizar las variables más importantes que conformaron el proyecto.

3.3.1 Cuotas para definir los puntos de atención

Los criterios para determinar los concesionarios y Centros de Servicio Autorizados que se eligieron para realizar las observaciones se enuncian en la Tabla 2.

Tabla 2 - Cuotas para observaciones

CONCESIONARIOS		CSA	
1	Ofrecer al menos 5 referencias gama alta de la marca	1	Prestar el servicio técnico para motos gama alta
2	Llevar más de seis meses prestando el servicio para la marca	2	Llevar más de seis meses prestando el servicio para la marca
3	El punto de venta debe tener los avisos representativos de la marca	3	El CSA debe tener los avisos representativos de la marca
4	Que sea un concesionario exclusivo de la marca (no multi-marcas)	4	Contar con mínimo 2 rampas de servicio
5	Que sean recomendados por los asesores de las líneas de atención de cada marca	5	Que sean recomendados por los asesores de las líneas de atención de cada marca

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Evaluación de puntos de atención según las cuotas establecidas

Para determinar los concesionarios y CSA que se tuvieron en cuenta para la investigación cualitativa, se acudió a la técnica de *Mystery Shopper* a través de las líneas gratuitas nacionales de cada una de las ensambladoras para validar cuales puntos de atención cumplen con las cuotas establecidas.

En el ANEXO 3 se muestran los resultados obtenidos del ejercicio de *Mystery Shopper*, donde se encontró que la información que suministran en las páginas web las diferentes marcas, es imprecisa o se encuentra desactualizada, pues en varias ocasiones se encontró que ya no eran puntos autorizados por las marcas o los números estaban fuera de servicio.

Después de haber evaluado los diferentes puntos de atención de cada marca, en la Tabla 3 se muestran los concesionarios y centros de servicio autorizados que cumplieron con todas las cuotas establecidas en el numeral anterior y por lo tanto son viables para realizar las observaciones.

Tabla 3 - Concesionarios y CSA seleccionados

MARCAS	CONCESIONARIOS	CENTROS DE SERVICIO
Yamaha	Moto Work La 10	Moto Work La 10
	Incolmotos Yamaha	Incolmotos Yamaha
	Yamaha Sports La 33	Yamaha Sports La 33
Honda	Súper Motos de Antioquia (Bello)	New Servis
	Autoguayacán	Súper Motos de Medellín Cllé 37
	Súper Motos de Medellín Crr 46	Súper Motos de Medellín Crr 46
		Súper Motos de Medellín Crr 65
Suzuki	Suzuki Motor de Colombia Cllé 36	Suzuki Motor de Colombia Cllé 36
	Moto Test Diagnosticentro	Moto Test Diagnosticentro
		Motos Sol de Oriente La 33
Auteco	R2R Bikes	R2R Bikes
	Kawasaki La 10	Moto House
		África Motos
		Moto Sports
		Sincro Bike

Fuente: Elaboración propia

3.3.3 Protocolo de la observación

- **Propósito**

Evaluar el comportamiento de los consumidores desde el momento que entran al concesionario o CSA y toda la experiencia que viven dentro del lugar, para lograr determinar los momentos de verdad que componen el ciclo de servicio de los clientes finales de las motocicletas gama alta.

En los concesionarios, se tuvieron en cuenta diferentes procesos realizados durante la visita, como solicitud de cotizaciones, compras, experiencia con la infraestructura del lugar, preguntas a los asesores, *test drives*, manipulación del producto, entrega de la motocicleta, entre otros. Y para los CSA se consideraron situaciones como experiencia con la

infraestructura del lugar, revisión de la motocicleta, entrega de la motocicleta, interacción con los técnicos, entre otros.

- **Cronograma de las observaciones**

Tabla 4 - Cronograma observaciones

	LUGAR	FECHA	HORA	DURACIÓN
CONCESIONARIO	Suzuki - Suzuki Motor de Colombia	11-ene-14	08:00a.m.	3 horas
	Yamaha - Yamaha Sports	11-ene-14	11:30a.m.	2,5 horas
	Auteco - Kawasaki la 10	17-ene-14	03:00p.m.	3,5 horas
	Auteco - R2R Bikes	18-ene-14	09:00a.m.	4 horas
	Suzuki - Moto Test Diagnosticentro	24-ene-14	03:00p.m.	3,5 horas
	Yamaha - Moto Work	25-ene-14	09:00a.m.	3,5 horas
	Honda – Autoguayacan	25-ene-14	01:00p.m.	3 horas
	Honda - Supermotos de Antioquia	01-feb-14	09:00a.m.	3 horas
CSA	Suzuki - Suzuki Motor de Colombia	11-ene-14	08:00a.m.	3 horas
	Auteco - R2R Bikes	18-ene-14	09:00a.m.	4 horas
	Suzuki - Moto Test Diagnosticentro	24-ene-14	03:00p.m.	3,5 horas
	Yamaha - Moto Work	25-ene-14	09:00a.m.	3,5 horas
	Auteco - Moto Sports	31-ene-14	03:00p.m.	3 horas
	Honda – Supermotos de Medellín	08-feb-14	09:00a.m.	2,5 horas
	Yamaha - Incolmotos	15-feb-14	09:00a.m.	3 horas
	Honda - Supermotos de Medellín	22-feb-14	09:00a.m.	2,5 horas

Fuente: Elaboración propia

- **Diario de campo**

Se establecieron dos formularios que facilitaron la recolección de información de manera objetiva e igual para cada uno de los puntos seleccionados, lo que permitió hacer una comparación imparcial y lógica de las observaciones. En la Ilustración 1 se presenta el diario de campo utilizado en los concesionarios y en la Ilustración 2, el diario de campo correspondiente a las observaciones de los CSA.

DIARIO DE CAMPO - OBSERVACIONES EN CONCESIONARIOS			
MARCA:		FECHA:	
NOMBRE CONCESIONARIO:		HORA:	
DIRECCIÓN:		DURACIÓN:	
OBSERVADOR:			

Momento identificado	Descripción del momento de verdad

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 1 - Diario de campo observaciones en concesionarios

DIARIO DE CAMPO - OBSERVACIONES EN CSA			
MARCA:		FECHA:	
NOMBRE CSA:		HORA:	
DIRECCIÓN:		DURACIÓN:	
OBSERVADOR:			

Momento identificado	Descripción del momento de verdad

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 2 - Diario de campo observaciones en CSA

En la columna izquierda se registraron todos los momentos de verdad evidenciados en cada uno de los concesionarios y CSA's. En la columna derecha se registró la descripción de cada momento con las particularidades de los puntos de atención, los comportamientos de los asesores de venta o técnicos, las reacciones de los clientes y las descripciones de la situación (ANEXO 4). De esta forma se logró identificar los momentos de verdad que conforman el ciclo de servicio de los clientes de las diferentes marcas, los cuales fueron posteriormente discutidos directamente con los usuarios de motos para priorizarlos.

3.3.4 Resultados de las observaciones

En el ANEXO 4 se encuentran los diarios de campo que se registraron durante la implementación de las observaciones en los concesionarios y en los talleres autorizados seleccionados según las cuotas que se establecieron. Como se planteó en la metodología de la investigación se realizaron dos observaciones en concesionarios y dos observaciones en centros de servicios por cada marca.

Para evidenciar los resultados obtenidos en las observaciones se decidió separar los hallazgos en momentos de verdad del proceso comercial y momentos de verdad del proceso posventa, pues cada proceso implica para el consumidor comportamientos diferentes.

A continuación se presenta el análisis del ejercicio de observación que se realizó:

- Momentos de verdad en proceso comercial:

Un común denominador identificado en todos los concesionarios visitados es el alto conocimiento que tienen los clientes sobre el producto que desean comprar. Es común escuchar a las personas hablando de lo que han leído en páginas web, los comentarios que encuentran en diferentes blogs y todas las características que conocen de la motocicleta.

Además de la exploración inicial del producto en la web, este tipo de usuarios usualmente tiene una trayectoria con las motocicletas que le permiten tener dominio del tema. Otra influencia dominante en su decisión son las recomendaciones y comentarios que hacen sus amigos o conocidos frente a un modelo específico o a la marca en general. El alto conocimiento que muestran los clientes permite que entren al punto de venta con una idea clara de lo que buscan, lo cual les facilita el trabajo a los asesores a la hora de brindar asesoría y ofrecerle al cliente el producto que se acomoda a sus necesidades.

El primer momento de verdad al que se ven expuestos los usuarios cuando llegan al punto de venta es la facilidad o dificultad del acceso, lo que involucra el parqueadero para aquellos usuarios que llegan en carro o motocicleta y la decoración o ambientación de la entrada. En este momento el cliente puede crearse una primera impresión de lo que va a ser su estadía en el concesionario y la facilidad que tenga para parquear en este lugar también podrá influir en el estado de ánimo del posible comprador.

Al momento de entrar al punto de venta todos los clientes son atendidos por un asesor comercial. Aunque la forma como reciben a los clientes en cada una de las marcas es diferente, en todas se muestra un interés especial por recibirlos y atenderlos, dándoles una asesoría personalizada. Es común encontrar clientes conocidos por el personal en la

mayoría de los concesionarios, a quienes les dan un trato más informal y de confianza, pues además de entablar conversaciones sobre los productos ofrecidos, este tipo de clientes comentan sobre experiencias personales, conocen sobre la vida personal de los vendedores, etc.

El comportamiento de los clientes que llegan al concesionario en su primera visita es diferente al de los clientes que visitan el punto de venta por segunda o más veces para tomar la decisión de compra. El usuario que ingresa por primera vez permanece por más tiempo dentro del lugar y generalmente lo recorre por completo, solo por curiosidad, mientras que los que ya lo han visitado antes, se dirigen directamente hacia la moto en la que están interesados.

La mayoría de los clientes que desean comprar motos diferentes a enduro y motocross, interactúan con el producto durante un tiempo, en el cual revisan sus diferentes partes, identifican cuáles son sus componentes, las marcas de las diferentes piezas de la moto, el tipo de llantas y preguntan acerca de la facilidad para conseguir los repuestos en caso de que algo falle. Usualmente las personas se suben a la motocicleta para ver cómo se sienten en ella, si su estatura se acomoda a la altura de esta y para imaginar la emoción de tenerla como suya.

Muchos de los clientes solicitan realizar un *test drive* con la motocicleta de su interés desde la primera visita. Sin embargo, no en todos los concesionarios se presta este servicio a los usuarios o únicamente se permite en ciertos modelos. Ofrecer este valor agregado hace que le sea más fácil a los clientes tomar la decisión de comprar, pues donde no se tiene el servicio los clientes se deben conformar con probar la comodidad del asiento y ver cómo se ajusta la altura de la moto a su estatura y por ende, la inseguridad de tomar la decisión es mayor.

Una de las preguntas iniciales suele ser el precio de la motocicleta, incluso la hacen antes de observar detalladamente el producto. Sin embargo, luego de haber explorado un poco la moto, es cuando se interesan en realizar una cotización y explorar diferentes alternativas de financiación. Los puntos de venta de todas las marcas que se visitaron cuentan con facilidades de financiación, ya fueran directamente con el concesionario o en convenio con una entidad bancaria. En ocasiones, una persona de la entidad financiera es quien se encarga de asesorar al cliente en cuanto a todo lo relacionado con el crédito para la compra de su moto, mientras que en otras oportunidades, es el mismo asesor comercial quien presta este servicio mediante un simulador de crédito que tienen en el concesionario. Siempre se le indica al cliente un listado de los papeles que deben llevar en caso de que quiera tomar el crédito directamente en el punto de venta.

Con la financiación y la asesoría completa, el cliente termina la primera visita al punto de venta y posteriormente si decide comprar la moto, se acerca nuevamente al concesionario, ya sea con el crédito aprobado, la consignación realizada o con la decisión de tomar el crédito ofrecido en el concesionario. Una vez el pago es efectuado, el cliente debe iniciar los trámites de los papeles para poder retirar su moto en los días que establezca cada concesionario. Este lapso de tiempo por lo general va de dos a tres días hábiles, tiempo aproximado que se demora en llegar la placa, la matrícula y el SOAT desde la Secretaría de Tránsito. En ocasiones, este tiempo puede ser mayor cuando la motocicleta se debe traer desde la ensambladora o incluso importar desde el país de origen.

Según lo informado por diferentes asesores, aunque a los clientes se les indica una fecha de entrega, ellos se comunican en repetidas ocasiones para averiguar si ya puede dirigirse a recoger su nueva motocicleta, mostrando la ansiedad de poder usarla. Cuando llega el día de la entrega, los concesionarios llaman a sus clientes para acordar una cita.

Previamente, el concesionario con la ayuda de un Centro de Servicio Autorizado, debe realizar el alistamiento de la motocicleta. Este consiste en realizar una revisión general a todos los sistemas y componentes de la moto, con el fin de asegurar que se le entrega al cliente el vehículo en óptimas condiciones. Dentro del alistamiento se deben verificar aspectos como el estado del motor, el nivel de combustible, el sistema eléctrico, los frenos, el sistema de refrigeración, los niveles de lubricantes, entre otros; además, se debe hacer una adecuada carga de la batería para asegurar que su vida útil será más prolongada y finalmente hacerle una limpieza general a la moto para garantizar que se entrega en perfectas condiciones.

Finalmente, cuando el usuario entra al concesionario, se evidencia una gran felicidad en su rostro y demuestra el interés por querer salir a rodar en su moto cuanto antes. Sin embargo, la entrega en la mayoría de los concesionarios implica un determinado tiempo entre el asesor comercial y el usuario para explicarle detenidamente aspectos como: los papeles de los que se le hace entrega (qué son y si es necesario renovarlos), el manual de garantías, cómo funcionan las revisiones periódicas del vehículo, qué cuidados debe tener con la moto, las piezas de desgaste que no cubre la garantía, los tiempos en los que se debe hacer cambio de aceite, filtro de aceite y líquido refrigerante, los comportamientos normales que tiene la motocicleta, etc.

El detalle de información que es brindado en cada concesionario varía bastante, pues algunos hacen entregas de 10 minutos, mientras que otros se toman el tiempo suficiente para darle todas las indicaciones al usuario y aclarar sus dudas. En un concesionario el asesor mencionó que aunque un cliente demostrará afán por irse, ellos se toman el tiempo

completo para hacer una adecuada entrega y que por esto prefieren acordar citas con sus clientes y especificarles que deben ir con disponibilidad de tiempo.

○ Momentos de verdad en proceso posventa:

Dentro del ciclo de servicio de los clientes de motocicletas existe una etapa posventa llena de momentos de verdad que pueden influir en la satisfacción de los clientes con el producto y la marca. La mayoría de estos momentos son vividos dentro de los talleres autorizados por las marcas o por lo menos suceden en el contacto de los usuarios con el personal de los talleres.

Son múltiples razones las que hacen que un cliente deba acudir a un Centro de Servicio Autorizado (CSA), entre las más comunes se encuentran las revisiones de kilometraje que sugieren las ensambladoras para que permanezca activa la garantía; y las reparaciones de las motocicletas en caso de que se presente alguna falla. Estas dos razones de visitas al CSA son las que fueron observadas y analizadas en las diferentes marcas, pues están compuestas por muchos momentos de verdad determinantes para el cliente.

A diferencia de una visita al concesionario, los motociclistas que asisten a una revisión de kilometraje tienen el primer contacto con el CSA en el momento que solicitan telefónicamente la cita para ser atendidos. La asignación de estas citas depende tanto del flujo de vehículos que haya en cada uno de los talleres como de la disponibilidad que tenga el usuario. Para el caso de los clientes que llevan su moto para que sean reparadas, usualmente no aplica este momento de solicitud de cita, aunque esto depende del tipo de falla de la moto.

Sin importar si el cliente se acerca al CSA para que le realicen una revisión o para que le hagan una reparación por garantía, éste, se ve nuevamente expuesto a un momento de verdad similar al que vivió en el proceso comercial. La llegada al CSA, los espacios de parqueaderos disponibles y la entrada, pueden hacer sentir al cliente diferentes emociones que determinen en cierta medida su estado de ánimo.

Cuando el cliente ingresa al CSA, es atendido por el jefe de taller o los encargados de la recepción de las motocicletas, dependiendo del CSA. Esta persona le pregunta al cliente por el motivo de su visita y si tiene o no una cita asignada. De acuerdo con esto, el cliente es atendido o se le hace esperar un momento para poder ayudarlo.

Posteriormente viene el momento de la recepción de la motocicleta, en el cual el encargado interactúa con el cliente para conocer todos los detalles del vehículo. En caso de tratarse de una revisión por kilometraje este proceso es más simple y consiste en llenar el formato de orden de entrada y preguntarle al cliente sobre posibles anomalías evidenciadas. Para

los clientes que llevan su moto por alguna falla el proceso también incluye diligenciar una orden de entrada; sin embargo, en este caso es fundamental tener en cuenta lo que el cliente evidencia en la moto e indagar sobre posibles causas para facilitar el proceso de diagnóstico. En este momento el cliente expresa todas las situaciones vividas con el producto y muestra ansiedad por conocer qué puede tener su moto, qué costos tendrá que asumir y el tiempo que tardarán en entregársela.

El jefe de taller o encargado aclara las expectativas que trae el cliente indicándole los pasos a seguir y, dependiendo de cada caso en particular, determinar el posible costo, la duración de todo el proceso y en caso de que la moto presente fallas, indicarle posibles causas y piezas que se deban revisar. De la información que se dé en este momento depende la tranquilidad del cliente.

Luego de finalizar el proceso de recepción, la mayoría de los clientes se retiran del CSA. Sin embargo, en algunas ocasiones las personas prefieren esperar y si es posible, observar el trabajo que hacen en su motocicleta. Sólo algunos talleres están adecuados para permitir que el usuario pueda estar presente durante la revisión a una determinada distancia, lo que le genera al cliente la seguridad de que el trabajo que se va a realizar en su moto será transparente.

Un aspecto que cobra importancia en los casos de reparaciones por garantía es el constante acompañamiento que el CSA le hace al cliente, dándole información sobre lo que está sucediendo con su motocicleta y pidiendo autorizaciones en caso de ser necesario para realizar pruebas de ruta o ejecutar determinados procedimientos. Este momento de verdad, al igual que la solicitud de cita, ocurre frecuentemente a través de llamadas telefónicas.

Una vez se finaliza el procedimiento con la motocicleta, el CSA se comunica con el cliente para informarles que pueden acercarse a recoger el vehículo e indicarle finalmente el monto que deberá pagar (si aplica).

Finalmente, la entrega de la motocicleta en el CSA, similar a la entrega que se hace en el concesionario, implica que el cliente disponga de su tiempo para que el encargado del taller haga una adecuada explicación de la intervención que se le hizo a la moto. En algunos de los CSA se usa una orden de salida y en otros se registra la información en la misma orden de trabajo con la que se hizo la recepción de la motocicleta; esta vez se apunta la descripción de la operación realizada y los costos que debe asumir el cliente (insumos, lubricantes, etc.). Los clientes en este momento inspeccionan con detalle su motocicleta y hacen preguntas. Este momento es la oportunidad que tiene la marca para demostrar el respaldo que prometen al momento de la venta y es la oportunidad del CSA para ganarse la confianza del cliente.

○ Momentos de verdad identificados:

A partir de toda la información anteriormente analizada se logró identificar una serie de momentos de verdad que se pueden segmentar en tres etapas: preventa, venta y posventa. En la Ilustración 3 se presenta un gráfico con todos los momentos de verdad que componen el ciclo de servicio.



Fuente: Elaboración propia
Ilustración 3 - Momentos de verdad

3.4 EVALUACIÓN DEL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES MEDIANTE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En esta parte del proyecto se busca realizar una investigación descriptiva mediante la herramienta de las entrevistas a profundidad. La investigación permitirá conocer situaciones y actitudes de los usuarios para identificar la relevancia que tiene cada uno de los momentos de verdad en su proceso de compra y posventa.

3.4.1 Cuotas para definir la muestra de personas a entrevistar

Para poder priorizar e identificar más momentos de verdad a los previamente detallados, se procedió a realizar entrevistas en profundidad a usuarios de motocicletas gama alta que cumplieran con las siguientes características:

- La motocicleta que tengan actualmente debe ser de una de las marcas del presente estudio: Yamaha, Honda, Suzuki, Auteco (Kawasaki o KTM).
- La persona debe haber comprado su motocicleta en el concesionario o en su defecto debe haber visitado el concesionario en su proceso de exploración.
- Por lo menos haber llevado su moto a una revisión de kilometraje o por garantía a uno de los Centros de Servicio Autorizados.

3.4.2 Protocolo de las entrevistas en profundidad

- **Propósito**

Poder conocer las experiencias de los motociclistas de alta gama durante todo el ciclo de servicio y lograr identificar cuáles de los momentos de verdad vividos por los entrevistados consideran como prioritarios y les generan un alto grado de satisfacción.

- **Cronograma:**

Tabla 5 - Cronograma entrevistas en profundidad

MARCAS	ENTREVIS- TADO	LUGAR	FECHA	HORA	DURACIÓN	ENTREVIS- TADOR
Auteco (Kawasaki)	Daniel Gómez	Estación de gasolina ZEUSS "De los Ochoa"	03/03/14	07:00 p.m.	53 min	Natalia Vargas
Suzuki	Juan Felipe Velásquez	Pecositas - Sede Envigado	06/03/14	06:45 p.m.	50 min	Natalia Vargas
Yamaha	Diego Ríos	Estación de gasolina ESSO Industriales	11/03/14	09:30 p.m.	36 min	Natalia Vargas
Yamaha	Sebastián	Mall Comercial la Frontera	12/03/14	07:00 p.m.	35 min	Natalia Vargas
Suzuki	Pablo Ospina	Repostería Deli - Éxito del Poblado	13/03/14	7:30 p.m.	47 min	Sebastián Montoya
Honda	Esteban Gallo	Mall Comercial San Lucas	15/03/14	01:30 p.m.	43 min	Sebastián Montoya
Auteco (KTM)	Alberto	Concesionario R2R Bikes	22/03/14	10:30 a.m.	37 min	Natalia Vargas
Honda	Daniel Ramírez	Centro Comercial Viva Laureles	22/03/14	01:00 p.m.	37 min	Sebastián Montoya

Fuente: Elaboración propia

- **Guía de la entrevista**

Al ser las entrevistas en profundidad una herramienta de investigación desestructurada, no requiere un cuestionario establecido y metódico que se debe cumplir al pie de la letra durante la implementación. Sin embargo, para poder obtener resultados comparables y analizables en las entrevistas se planteó una guía a seguir en cada una de ellas, asegurando que se cubran todas las necesidades de información:

- Información general sobre la moto que tiene el usuario
- Descripción de los momentos de verdad vividos por el cliente en el proceso comercial, los cuales van desde la exploración hasta la entrega de la moto.
- Identificación de los momentos que el cliente considera más importantes y los que le generan un alto grado de satisfacción durante todo el proceso comercial.
- Descripción de los momentos de verdad vividos por el cliente en el servicio posventa prestado por los talleres autorizados por cada una de las marcas

- Identificación de los momentos que el cliente considera más importantes y los que le generan un alto grado de satisfacción durante todo el servicio posventa.
- Identificación de otros momentos vividos con el producto y la marca y la importancia de estos.
- Evaluar la intención de recompra y recomendación del producto o de la marca.

3.4.3 Resultados de las entrevistas en profundidad

En el ANEXO 5 se encuentran las transcripciones de las entrevistas en profundidad que se llevaron a cabo con los usuarios actuales de las diferentes marcas. Como se planteó en la metodología de la investigación se realizaron dos entrevistas en profundidad por cada marca, para un total de ocho entrevistas.

La información que se consideró más relevante dentro de las transcripciones de las entrevistas (ANEXO 5) está resaltada con diferentes colores como se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6 - Código de colores transcripciones

COLOR	MOMENTO DE VERDAD QUE REPRESENTA
Azul	Momento de verdad más importante
Amarillo	Momento de verdad más emotivo
Verde	Momento de verdad mejor evaluado
Rojo	Momento de verdad peor evaluado

Fuente: Elaboración propia

A continuación se presenta el análisis del ejercicio de entrevistas en profundidad que se realizó:

Para entender las necesidades de los usuarios de motocicletas de alta gama, es importante anotar que todas las personas entrevistadas utilizan su moto como elemento de entretenimiento y diversión, por ejemplo para salir a rodar por carretera, realizar viajes largos, salir de paseo con sus amigos, entre otras. Sin embargo, la mitad de los entrevistados utilizan su moto también como medio de transporte principal dentro de la ciudad. Los lugares más frecuentados por los entrevistados cuando salen a rodar son Llanogrande, San Antonio de Pereira, Santa Fe de Antioquia y Manizales.

Se pudo identificar que para los clientes existe un momento o factor fundamental durante el proceso comercial que es el acompañamiento que debe hacer un asesor de ventas en

cuanto a todos los aspectos técnicos, de manejo y de cuidado de las motocicletas. Se resaltó continuamente en las entrevistas que la información que deben brindar los vendedores debe ser completa y honesta, es decir, debe existir claridad con toda la información que se da, tanto en los aspectos positivos de la moto y el servicio como las posibles falencias que la motocicleta o la marca pudiera tener. Además, los clientes desean ser asesorados de tal forma que el producto que elijan satisfaga las necesidades que tienen y el propósito que pretenden alcanzar al adquirir el vehículo.

Sin embargo, se identificó que esta necesidad de acompañamiento que buscan los clientes no va ligada a querer conocer el producto que van a comprar, ni enterarse de que componentes técnicos tiene la moto, pues todos estos aspectos los conocen los usuarios antes de llegar a un concesionario. Todas las personas entrevistadas manifiestan tener un alto conocimiento de las motocicletas y haber realizado una exhaustiva exploración y búsqueda de información para tomar la decisión del vehículo que deseaban comprar, donde los medios más utilizados son recomendaciones de conocidos y expertos, revistas especializadas en motocicletas (nacionales e internacionales) y sitios web como *Youtube*.

Por lo tanto, lo que buscan los clientes de alta cilindrada en los asesores de venta de los concesionarios es reafirmar los conocimientos previamente adquiridos y sentirse más motivados y apoyados en su decisión de compra al poder entablar conversaciones relacionadas con el uso, manipulación, cuidado y seguridad que el producto puede ofrecerles y a su vez tener la posibilidad de recibir consejos por parte de los vendedores.

Otro momento que puede ayudar al cliente a sentirse más confiado de su decisión es la posibilidad de probar la motocicleta antes de comprarla. Esto es lo que se conoce en esta industria como '*test drive*', '*test ride*' o 'prueba de manejo'. Aunque muchos de los entrevistados mencionan que este momento es indispensable o muy importante, la mayoría no pudieron acceder a esta prueba de manejo en el mismo concesionario, sino por medio de conocidos o amigos que ya han adquirido esa referencia de moto. Incluso algunos creen que para los concesionarios es difícil poder ofrecer este servicio en motocicletas de alta gama, pero desearían poder contar con el servicio. Únicamente los clientes de Auteco (Kawasaki y KTM) tuvieron la posibilidad de acceder al *test drive* del concesionario antes de tomar la decisión de pagar.

El momento más emotivo para la gran mayoría de los clientes es el momento de la entrega. Al preguntarle a los entrevistados en cuál de los momentos del proceso comercial sintieron mayor felicidad expresaban que ver la moto lista y poder salir en ella era indiscutiblemente el momento que despertó mayor emoción. En este momento de verdad, los usuarios destacan la relevancia que tienen todas las explicaciones e indicaciones iniciales que los asesores dan, pues aunque los usuarios normalmente tienen un alto conocimiento en

motocicletas, cuando se adquiere un producto nuevo se debe conocer todos los detalles de funcionamiento, políticas de garantía, cuidados preventivos y posibles tecnologías que requieran un manejo diferente.

Algunos de los entrevistados identifican que los concesionarios no tienen una buena oferta de accesorios, tanto para la moto como para el motociclista y encuentran en esto una gran oportunidad de mejora para los concesionarios. Además, comentan que en la mayoría de los puntos de venta que visitaron en su proceso de exploración los asesores comerciales únicamente conocen la ficha técnica de la moto y las características básicas, y en algunos casos ni siquiera son motociclistas, entonces los usuarios no tienen la posibilidad de entablar conversaciones con los vendedores.

Los momentos de verdad identificados en las observaciones como 'Asesoría financiera' y 'Financiación de la compra' no resultaron ser relevantes entre los entrevistados, ya que todos pagaron de contado o financiaron su compra con una entidad bancaria ajena al concesionario.

Para el proceso posventa, donde los clientes deben llevar sus motos a los centros de servicio para revisiones, mantenimientos preventivos y en algunos casos a hacerle reparaciones por garantía, también se encontró como momento de verdad prioritario la efectiva solución a sus necesidades, momento en el cual es fundamental que los técnicos cuenten con el conocimiento para poder diagnosticar, revisar o reparar la motocicleta y que al momento de hacer la entrega del vehículo, después de haber realizado los procedimientos, se le explique al cliente detalladamente todo lo que se le realizó al vehículo.

Durante la etapa posventa, al igual que en la etapa comercial, el momento en el cual el cliente recibe su moto es donde más satisfacción perciben, debido a que, como lo expresan los entrevistados, en este momento pueden volver a contar con su moto y saber que se encuentra en perfectas condiciones para su uso.

Otro factor relevante en el que se fijan los clientes de este segmento de motos es la organización de los CSA, ya que esto refleja la forma como se trabaja en su motocicleta y les inspira confianza saber que su vehículo va a ser tratado de forma organizada y se lo van a devolver en las mismas condiciones en que lo dejó e incluso mejor. Aunque todos los entrevistados mencionaron tener el tiempo limitado en su día a día y llevar una vida ocupada, encuentran importante que el CSA tenga habilitado un espacio para que los clientes que decidan quedarse puedan observar el trabajo que realizan en sus motos, ya que esto también genera confianza para ellos.

Al indagar con los entrevistados que actualmente llevan su motocicleta a talleres no autorizados, los motivos por los cuales desistieron de seguir llevando sus motocicletas a

centros de servicio que sí estuvieran autorizados por las ensambladoras, respondieron que los altos costos los llevaban a tomar esta decisión. Sin embargo, los entrevistados que continúan llevando su motocicleta a los CSA consideran que el precio que pagan es adecuado.

Los clientes que se sienten satisfechos con los CSA que visitan, indican que una de las cosas que más les gusta es la atención y el servicio que reciben por parte del personal. Este aspecto lo evidencian los clientes cuando existe cercanía, confianza e incluso cuando ofrecen valores agregados a los usuarios sin esperar un pago a cambio.

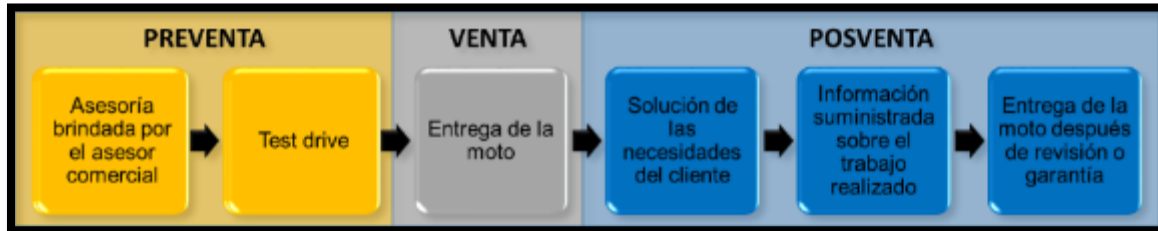
Finalmente, se evidencia inconformidad de algunos de los entrevistados por la disponibilidad de repuestos en los centros de servicio e incluso en las ensambladoras. En casos particulares los entrevistados mencionaron que han tenido que esperar incluso meses para conseguir un repuesto para su motocicleta y recurrir a redes sociales y medios legales para presionarlos o desistir de esperar y usar sus propios medios para obtenerlos.

○ Momentos de verdad prioritarios

Los momentos de verdad identificados como prioritarios luego de realizar las entrevistas a profundidad son:

- Asesoría brindada por el asesor comercial
- *Test drive*
- Entrega de la moto
- Solución de las necesidades del cliente
- Información suministrada sobre el trabajo realizado
- Entrega de la motocicleta después de revisión o garantía

En la Ilustración 4 se observa gráficamente en qué parte del ciclo de servicio se encuentran cada uno de los momentos de verdad mencionados previamente.



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 4 - Momentos de verdad prioritarios y su ubicación en el ciclo de servicio

4 ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO

4.1 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE LAS ENSAMBLADORAS

En la Tabla 7 se determinan las fortalezas y debilidades que tiene cada una de las marcas evaluadas teniendo en cuenta los hallazgos, tanto en las observaciones como en las entrevistas a profundidad y los momentos de verdad que se definieron como prioritarios.

Tabla 7 - Fortalezas y debilidades de las ensambladoras

MARCAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
AUTECO	<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores comerciales y administradores de las tiendas tienen un alto conocimiento del producto y la industria. • Los vendedores son motociclistas experimentados y pueden hablar de experiencias propias. • Ambas marcas de Auteco (KTM y Kawasaki) ofrecen <i>test drive</i> a sus clientes sin necesidad de trámites que dificulten el préstamo. • Los concesionarios cumplen con las fechas de entrega que le comunican al cliente al momento de la compra. • El personal encargado de la entrega da toda la información necesaria y se toma el tiempo para explicarle al cliente todas las funcionalidades de la moto. • En los CSA cuando realizan las revisiones brindan soluciones a las necesidades de los clientes y además dan valores agregados que incrementan la satisfacción. • Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto. • Hay cumplimiento por parte del CSA en las fechas pactadas con los 	<ul style="list-style-type: none"> • La atención que brindan los asesores es selectiva, fijándose en la apariencia externa del cliente. • Aunque ofrecen <i>test drive</i>, no tienen motocicletas demo para todas las referencias de motocicletas. • La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más. • El concesionario de Kawasaki no tiene un CSA propio, por lo tanto en la entrega no hay acompañamiento de personal técnico. • Los CSA no entregan la motocicleta lavada después de los procedimientos que le realizan. Este servicio lo ofrecen pero lo cobran.

MARCAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>clientes para las revisiones de kilometraje de la moto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los clientes confían en los resultados de las revisiones y por eso siempre llevan su moto a un CSA. 	
YAMAHA	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen una atención preventiva buena por parte de los asesores. • Los concesionarios cumplen con las fechas de entrega que le comunican al cliente al momento de la compra. • Cuando una moto es llevada por una revisión o garantía, las necesidades del cliente son resueltas con éxito. • Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto. • Cuando el CSA finaliza los procedimientos, entrega al cliente la moto limpia e incluso lavada en algunas ocasiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores comerciales no tienen un conocimiento amplio del producto y solo conocen las características básicas de la ficha técnica. • Los concesionarios de la marca no ofrecen <i>test drive</i> para que los clientes ensayen la moto antes de tomar la decisión de comprar. • La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más. • El costo de la mano de obra en los servicios que presta el CSA son altos. • En los CSA hacen falta herramientas adecuadas y disponibilidad de repuestos para brindarle solución a los clientes. • Incumplimiento en las fechas de entrega acordadas con los clientes frente a los procedimientos de garantía que realizan.
HONDA	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen una atención preventiva buena por parte de los asesores y hacen mucho acompañamiento durante el proceso de compra. • El personal encargado de la entrega da toda la información necesaria y se toma el tiempo para explicarle al cliente todas las funcionalidades de la moto. • Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores comerciales no tienen un conocimiento amplio del producto y solo conocen las características básicas de la ficha técnica. • Los concesionarios no ofrecen <i>test drive</i> para que los clientes ensayen la moto antes de tomar la decisión de comprar. • Existe incumplimiento en la fecha de entrega de la moto. • La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más. • El costo de la mano de obra en los servicios que presta el CSA son altos.

MARCAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando el CSA finaliza los procedimientos entrega al cliente la moto en perfectas condiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los técnicos del CSA no cuentan con la capacitación necesaria para atender motos de alta cilindrada. • En los CSA hacen falta herramientas adecuadas y disponibilidad de repuestos para brindarle solución a los clientes. • Incumplimiento en las fechas de entrega acordadas con los clientes frente a los procedimientos de garantía que realizan.
SUZUKI	<ul style="list-style-type: none"> • Tienen una atención preventiva buena por parte de los asesores y hacen mucho acompañamiento durante el proceso de compra. • Claridad y honestidad en toda la información entregada durante el proceso comercial. • Los concesionarios cumplen con las fechas de entrega que le comunican al cliente al momento de la compra. • El personal encargado de la entrega da toda la información necesaria y se toma el tiempo para explicarle al cliente las funcionalidades de la moto. • Cuando una moto es llevada por una revisión o garantía las necesidades del cliente son resueltas con éxito. • Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto. • Hay cumplimiento del CSA en las fechas pactadas con los clientes para las revisiones de kilometraje de la moto y las reparaciones que se hacen por garantía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores comerciales no tienen un conocimiento amplio del producto y solo conocen las características básicas de la ficha técnica. • Los concesionarios de la marca no ofrecen <i>test drive</i> para que los clientes ensayen la moto antes de tomar la decisión de comprar. • La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más. • El costo de la mano de obra en los servicios que presta el CSA son altos.

Fuente: Elaboración propia

4.2 MATRIZ DOFA PARA LA INDUSTRIA DE ENSAMBLADORAS DE MOTOCICLETAS GAMA ALTA

Para definir la matriz DOFA se tuvieron en cuenta las fortalezas y debilidades individuales de cada ensambladora, seleccionando aquellas que tuvieran en común la mayoría de las marcas. Para definir las oportunidades y amenazas se tomaron como referencia algunos comentarios de las entrevistas y otras fuentes secundarias consultadas, debido a que los factores externos pueden favorecer o afectar al sector de ensambladoras por igual y no se requiere establecer oportunidades y amenazas específicas por marca. En el análisis DOFA se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8 - DOFA para las ensambladoras gama alta

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Los asesores comerciales no tienen un conocimiento amplio del producto y solo conocen las características básicas de la ficha técnica. • Los concesionarios no ofrecen <i>test drive</i> para que los clientes ensayen la moto antes de tomar la decisión de comprar. • La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más. • El costo de la mano de obra en los servicios que presta el CSA es alto. • En los CSA hacen falta herramientas adecuadas y disponibilidad de repuestos para brindarle solución a los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las ventas de motocicletas han venido acelerando su crecimiento en los últimos años, incluyendo aquellas cuya cilindrada es superior a 180CC (ANDI, 2013), lo cual incrementa los ingresos del sector y permite tener mayores recursos para invertir. • Los clubes de motociclistas conocedores de varias marcas son referentes para nuevos compradores. • El perfil de clientes de motocicletas de alta gama pertenece a niveles socioeconómicos altos, lo que les permite invertir en valores agregados que puedan ofrecer las compañías. • Los clientes de motocicletas gama alta usan el vehículo para divertirse y encuentran en él un estilo de vida y una pasión. • Existen muchos expertos y validadores de marca en el medio que pueden influenciar positivamente a los clientes potenciales a tomar una decisión de compra.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Todos los concesionarios tienen una atención preventiva buena por parte de los asesores. • Los concesionarios cumplen con las fechas de entrega que le comunican al cliente al momento de la compra. • El personal encargado de la entrega da toda la información necesaria y se toma el tiempo para explicarle al cliente todas las funcionalidades de la moto. • Cuando una moto es llevada por una revisión o garantía las necesidades del cliente son resueltas con éxito. • Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto. • Hay cumplimiento por parte del CSA en las fechas pactadas con los clientes para las revisiones de kilometraje de la moto. • Cuando el CSA finaliza los procedimientos entrega al cliente la moto limpia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios gama alta buscan información de las motocicletas en revistas, redes sociales y foros en vez de acudir a la asesoría de los concesionarios. En estos espacios los puntos de venta y las ensambladoras no tienen el control de lo que se publica. • El aumento en los últimos años del robo de las motocicletas gama alta en el Valle de Aburrá hace más costoso asegurar un vehículo de estos lo cual aumenta los gastos de manutención de las motocicletas demo que deben tener los concesionarios para ofrecer <i>test drive</i>. • Los talleres no autorizados que atienden motos de alta cilindrada se han ganado la confianza de los usuarios al dar soluciones ágiles y correctas a las necesidades a un menor costo. • Otras marcas de motocicletas gama alta que no ensamblan sus motocicletas en Colombia tienen una mejor percepción por parte de los clientes sobre los momentos de entrega y atención.

Fuente: Elaboración propia

4.3 ESTRATEGIAS PARA INCREMENTAR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y OPTIMIZAR LOS PROCESOS DE LAS ENSAMBLADORAS

La construcción de la matriz DOFA permite establecer diferentes estrategias que facilitan que las organizaciones utilicen sus fortalezas para defenderse de posibles amenazas que existan en el mercado y tomar ventaja de las oportunidades externas, adicionalmente se pueden plantear estrategias que ayuden a vencer y superar debilidades internas a través de las oportunidades.

Las estrategias propuestas a partir de los hallazgos son:

4.3.1 Estrategias FO

- Estrategia # 1: Incrementar la venta de accesorios de protección para el motociclista y la moto a través de una adecuada sensibilización al momento de la entrega,

evidenciando que el uso que los motociclistas le dan a este tipo de vehículos implica mayores riesgos que hacen necesaria una mayor protección.

- Estrategia # 2: Ofrecer el servicio de recoger y entregar la moto en el lugar donde desee el cliente para realizar las revisiones y garantías en el CSA con un costo adicional en el valor total del procedimiento.

4.3.2 Estrategias DO

- Estrategia # 3: Utilizar los recursos de los excedentes de las ventas para invertir en programas de capacitación de conocimiento del portafolio dirigidas a la fuerza de ventas de los concesionarios de alta gama con el fin de que el cliente sienta confianza al hablar con los asesores y pueda reafirmar sus conocimientos sobre el producto.
- Estrategia # 4: Patrocinar a los grupos o clubes de motociclistas de alta cilindrada y hacer alianzas con estos equipos para que sirvan de referencia a los clientes potenciales que quieren ingresar al segmento o círculo social permitiendo superar la carencia del *test drive*.
- Estrategia # 5: Diseñar un programa de sensibilización al personal sobre el momento de entrega para hacerlo emotivo y demostrarle al cliente la importancia que tiene para la compañía y para el concesionario que sea un nuevo miembro de la marca.
- Estrategia # 6: Realizar siembras de repuestos de mayor rotación en los centros de servicio autorizados y en los almacenes de repuestos antes de hacer el lanzamiento oficial de cada vehículo, aprovechando recursos disponibles de los excedentes que presenta la industria actualmente.
- Estrategia # 7: Realizar ferias dentro de los concesionarios donde se invite a expertos, validadores de marca o motociclistas de alto rendimiento para que sean ellos quienes ese día asesoren a los clientes y les generen la confianza de comprar una motocicleta de la marca.

4.3.3 Estrategias FA

- Estrategia # 8: Promover campañas en redes sociales y revistas enfocadas en educar al cliente en la importancia y beneficios de llevar su vehículo a un Centro de Servicio Autorizado por la marca, demostrando su efectividad y cumplimiento en satisfacer las necesidades de los clientes.

-
- Estrategia # 9: Publicar en los periódicos dominicales un fascículo en el que la marca reúna todos los estudios y comentarios hechos por revistas especializadas del sector automotriz a cerca del portafolio *premium* de la marca.
 - Estrategia # 10: Implementar la venta de garantías extendidas para la motocicleta que permitan incrementar las visitas a los CSA luego de finalizar el periodo de garantía legal y suplementaria con la que se entrega la moto, aprovechando la fortaleza con la que cuentan actualmente los CSA en brindar soluciones efectivas.
 - Estrategia # 11: Ubicar dentro del concesionario un kiosco de revistas especializadas de motocicletas donde se tengan artículos que hablen bien de las motos de la marca y cuenten experiencias de las pruebas que se le han hecho.

5 EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO DEL CICLO DE SERVICIO

A continuación se evaluarán las diferentes estrategias planteadas, mediante la utilización de la Matriz MCPE, la cual permitirá con la asignación de ponderaciones y evaluaciones a los diferentes factores externos e internos determinar qué estrategias tendrán un mayor impacto en la compañía y poder proceder a plantear acciones para la implementación de las mismas.

5.1 CONSTRUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS MEDIANTE LA MATRIZ MCPE

La elaboración de la Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica consiste en evaluar cada una de las 11 estrategias planteadas teniendo en cuenta qué tan atractivas son para capitalizar las fortalezas, superar las debilidades, aprovechar las oportunidades o evitar las amenazas.

Para poder evaluarlas se asignó un peso específico a cada una de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, donde la sumatoria del perfil interno debe ser del 100% y la del perfil externo, otro 100%. Posteriormente se le asignó un puntaje de atraktividad (PA) a cada estrategia frente a cada factor de la matriz DOFA, el cual debía fluctuar entre 1 y 4, siendo 1: no atractivo y 4: altamente atractivo.

Algunas de las estrategias planteadas, le apuntan simultáneamente a diversos factores críticos, es decir, a la par que permiten evitar amenazas y superar debilidades, facilitan el aprovechamiento de oportunidades a partir de las fortalezas identificadas.

El desarrollo de la MCPE se encuentra en la Tabla 9.

Tabla 9 - MCPE

		ESTRATEGIAS																					
MCPE	PESO	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		PA*	CA**	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA
FORTALEZAS																							
Todos los concesionarios tienen una atención preventiva buena por parte de los asesores	0,1	3	0,3	1	0,1	3	0,3	1	0,1	3	0,3	1	0,1	3	0,3	1	0,1	2	0,2	1	0,1	3	0,3
Los concesionarios cumplen con las fechas de entrega que le comunican al cliente al momento de la compra	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
El personal encargado de la entrega da toda la información necesaria y se toma el tiempo para explicarle al cliente todas las funcionalidades de la moto	0,1	4	0,4	2	0,2	4	0,4	1	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1
Cuando una moto es llevada por una revisión o garantía las necesidades del cliente son resueltas con éxito	0,1	1	0,1	3	0,3	1	0,1	1	0,1	1	0,1	4	0,4	1	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3	1	0,1
Durante el proceso de entrega de la moto en el CSA se les brinda una información completa a los clientes a cerca de todos los procedimientos que hubo que hacerle a la moto	0,05	1	0,05	3	0,15	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1

MCPE	PESO	ESTRATEGIAS																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		PA*	CA**	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA
Hay cumplimiento por parte del CSA en las fechas pactadas con los clientes para las revisiones de kilometraje de la moto	0,05	1	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	1	0,05	4	0,2	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
Cuando el CSA finaliza los procedimientos entrega al cliente la moto limpia	0,05	1	0,05	2	0,1	1	0,05	1	0,05	1	0,05	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
DEBILIDADES																							
Los asesores comerciales no tienen un conocimiento amplio del producto y solo conocen las características básicas de la ficha técnica	0,12	1	0,12	1	0,12	4	0,48	2	0,24	1	0,12	1	0,1	4	0,5	1	0,1	4	0,5	1	0,1	4	0,5
Los concesionarios no ofrecen <i>test drive</i> para que los clientes ensayen la moto antes de tomar la decisión de comprar	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	4	0,4	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2
La entrega de la motocicleta no se hace de una forma emotiva y especial para el cliente, pues el concesionario lo hace como ver como una venta más	0,1	1	0,1	1	0,1	3	0,3	1	0,1	4	0,4	1	0,1	3	0,3	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
El costo de la mano de obra en los servicios que presta el CSA es alto	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,08	1	0,1	1	0,1	4	0,3	1	0,1	4	0,3	1	0,1

MCPE	PESO	ESTRATEGIAS																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		PA*	CA**	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA
En los CSA hacen falta herramientas adecuadas y disponibilidad de repuestos para brindarle solución a los clientes	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	4	0,4	1	0,1	2	0,2	1	0,1	1	0,1	1	0,1
TOTAL PERFIL INTERNO	1,0		1,5		1,5		2,1		1,4		1,8		1,8		2,1		1,6		1,6		1,5		1,7
OPORTUNIDADES																							
Las ventas de motocicletas han venido acelerando su crecimiento en los últimos años, incluyendo aquellas cuya cilindrada es superior a 180CC (ANDI, 2013), lo cual incrementa los ingresos del sector y permite tener mayores recursos para invertir	0,15	4	0,6	2	0,3	4	0,6	1	0,15	3	0,45	4	0,6	2	0,3	2	0,3	3	0,5	3	0,5	2	0,3
Los clubes de motociclistas conocedores de varias marcas son referentes para nuevos compradores	0,09	1	0,09	1	0,09	1	0,09	4	0,36	1	0,09	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2	1	0,1	2	0,2
El perfil de clientes de motocicletas de alta gama pertenece a niveles socioeconómicos altos, lo que les permite invertir en valores agregados que puedan ofrecer las compañías	0,12	4	0,48	4	0,48	1	0,12	1	0,12	2	0,24	1	0,1	1	0,1	2	0,2	1	0,1	4	0,5	1	0,1

MCPE	PESO	ESTRATEGIAS																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		PA*	CA**	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA
Los clientes de motocicletas gama alta usan el vehículo para divertirse y encuentran en él un estilo de vida y una pasión	0,1	3	0,3	1	0,1	2	0,2	3	0,3	2	0,2	1	0,1	3	0,3	1	0,1	2	0,2	3	0,3	2	0,2
Existen muchos expertos y validadores de marca en el medio que pueden influenciar positivamente a los clientes potenciales a tomar una decisión de compra	0,12	1	0,12	1	0,12	1	0,12	2	0,24	1	0,12	1	0,1	4	0,5	1	0,1	2	0,2	1	0,1	3	0,4
AMENAZAS																							
Los usuarios gama alta buscan información de las motocicletas en revistas, redes sociales y foros en vez de acudir a la asesoría de los concesionarios. En estos espacios los puntos de venta y las ensambladoras no tienen el control de lo que se publica	0,15	1	0,15	1	0,15	4	0,6	3	0,45	1	0,15	1	0,2	3	0,5	4	0,6	4	0,6	1	0,2	4	0,6
El aumento en los últimos años del robo de las motocicletas gama alta en el Valle de Aburrá hacer más costos asegurar un vehículo de estos lo cual aumenta los gastos de mantenimiento de las motocicletas demo que deben tener los concesionarios para ofrecer test drive	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,06	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1

MCPE	PESO	ESTRATEGIAS																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		PA*	CA**	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA	PA	CA
Los talleres no autorizados que atienden motos de alta cilindrada se han ganado la confianza de los usuarios al dar soluciones ágiles y correctas a las necesidades a un menor costo	0,15	1	0,15	3	0,45	1	0,15	1	0,15	1	0,15	4	0,6	1	0,2	4	0,6	1	0,2	4	0,6	1	0,2
Otras marcas de motocicletas gama alta que no ensamblan sus motocicletas en Colombia tienen una mejor percepción por parte de los clientes sobre los momentos de entrega y atención	0,06	1	0,06	1	0,06	3	0,18	1	0,06	4	0,24	1	0,1	2	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1	1	0,1
TOTAL PERFIL EXTERNO	1,0		2,0		1,8		2,1		1,9		1,7		1,9		2,2		2,2		2,1		2,3		2,0
CALIFICACIÓN TOTAL ATRACTIVO (CTA)	2,00		3,51		3,31		4,18		3,31		3,50		3,65		4,22		3,81		3,62		3,85		3,69

Fuente: Elaboración propia

*PA= Puntaje de atraktividad

**CA= calificación del atractivo.

5.2 ESTRATEGIAS SELECCIONADAS

Las estrategias que obtuvieron un mayor puntaje en la MCPE y además apuntan a mejorar la satisfacción del cliente de manera directa son:

- Estrategia # 3: Utilizar los recursos de los excedentes de las ventas para invertir en programas de capacitación de conocimiento del portafolio dirigidas a la fuerza de ventas de los concesionarios de alta gama con el fin de que el cliente sienta confianza al hablar con los asesores y pueda reafirmar sus conocimientos sobre el producto.
- Estrategia # 7: Realizar ferias dentro de los concesionarios donde se invite a expertos, validadores de marca o motociclistas de alto rendimiento para que sean ellos quienes ese día asesoren a los clientes y les generen la confianza de comprar una motocicleta de la marca.
- Estrategia # 10: Implementar la venta de garantías extendidas para la motocicleta que permitan incrementar las visitas a los CSA luego de finalizar el periodo de garantía legal y suplementaria con la que se entrega la moto, aprovechando la fortaleza con la que cuentan actualmente los CSA en brindar soluciones efectivas.

La estrategia # 3, que propone implementar programas de capacitación a la fuerza de ventas de gama alta, alcanzó una de las calificaciones más altas en el total de atractivos, debido a que, además de permitir superar la debilidad del poco conocimiento del producto que tienen los asesores y aprovechar la oportunidad de la situación actual en la cual se encuentra la industria, se aprovechan fortalezas como los son la buena atención que perciben los clientes y toda la información que se suministra al momento de entrega.

La estrategia # 7, que propone la realización de ferias en los concesionarios con expertos del sector, fue la que obtuvo mayor puntaje de atraktividad debido a que logra potencializar las fortalezas de mayor importancia, como lo son el buen servicio percibido por los clientes y la calidad de la información suministrada al momento de la entrega, al igual que la estrategia #3. Además, esta estrategia se soporta en la existencia de expertos en el sector que servirán como validadores de marca y ayudarán principalmente a controlar la amenaza de fuentes externas, como páginas web y revistas, sobre las que los concesionarios no tienen control y a superar la debilidad de lo poco emotivo del momento de la entrega de los vehículos.

Por último la estrategia # 10, en la que se plantea ofrecer la venta de garantías extendidas, fue seleccionada principalmente porque logra mantener a los clientes durante más tiempo en el centro de servicios, generando más confianza en el consumidor y por lo tanto ataca la amenaza que están generando los talleres no autorizados. Por otro lado, esta estrategia le permitirá a la empresa obtener mayores ingresos y control sobre los precios que perciben los clientes de las revisiones y repuestos.

6 ACCIONES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

En esta sección se propondrán las acciones y actividades que se consideran apropiadas para llevar a cabo la implementación de las estrategias seleccionadas de acuerdo con la MCPE que se obtuvo.

A continuación se presentan las acciones para cada una de las estrategias:

6.1 ESTRATEGIA # 3: utilizar excedentes en capacitación de la fuerza de ventas.

- Conformar un equipo multidisciplinario dentro de la ensambladora donde participen las áreas de ventas, mercadeo, servicios posventa y desarrollo de producto para poder construir el programa de capacitación en equipo y lograr que se cubran todas las necesidades. Este equipo será el encargado de construir el programa de capacitación comercial y velará por que se lleve a cabo exitosamente.
- Definir las competencias que se pretenden desarrollar en los asesores y los temas a tratar dentro del programa para lograrlo, entre los cuales se deben tener en cuenta temas como:
 - ✓ Segmentos de alta cilindrada y los múltiples usos que se les da a las motos de cada uno.
 - ✓ Portafolio de productos gama alta de la marca.
 - ✓ Características, tecnologías, beneficios y funcionalidades especiales de cada motocicleta.
 - ✓ Accesorios para la moto y para el motociclista apropiados para cada vehículo y cada ocasión.
 - ✓ Tipo de competencias en las que participan las diferentes motocicletas.
 - ✓ Metodología de venta de una moto gama alta dependiendo de la referencia.
 - ✓ Clínica de ventas.

- ✓ Invitación de expertos y apasionados en el tema de las motocicletas.
- ✓ Entrenamiento práctico con rodadas por diferentes tipos de carreteras.
- Determinar cómo estará constituido el pensum del programa y la duración total que requiere.
- Realizar la selección de los capacitadores, con el apoyo del equipo de Gestión Humana. Esta selección se puede hacer mediante una convocatoria interna o buscar en el medio quien está en la capacidad de dictar este tipo de programas.
- Determinar las instalaciones y fechas en las que se realizarán las capacitaciones.
- Establecer los concesionarios y los asesores comerciales que participarán del programa de capacitación, con todos los requisitos y condiciones necesarias para aplicar.
- Acordar los medios por los cuales se dará a conocer a los concesionarios el programa que se estará ofreciendo desde la ensambladora.
- Realizar la divulgación del programa con los concesionarios que podrán participar, explicando todas las condiciones del programa y los objetivos que se pretende lograr con este.
- Poner en marcha la implementación del programa de capacitación.
- Evaluar los resultados obtenidos del programa que se llevó a cabo e identificar oportunidades de mejora para próximas implementaciones.

En la Tabla 10 se sugiere un indicador para medir la implementación de la estrategia.

Tabla 10 - Indicador estrategia # 3

Indicador	Fórmula	Meta	Plazo
Índice de asesores de venta de concesionarios gama alta capacitados	$\frac{\text{Cantidad de asesores de venta capacitados}}{\text{Total de asesores de venta en concesionarios del área metropolitana}}$	1.0	1 año

6.2 ESTRATEGIA # 7: ferias en los concesionarios con validadores de marca.

- Convocar expertos, validadores de marca o motociclistas de alto rendimiento que quieran participar en la implementación de las ferias de ventas en los concesionarios, ofreciendo a cambio patrocinios para estas personas.
- Identificar los días de la semana y las horas donde hay un mayor flujo de vistas en cada concesionario que ofrezca motos de alta cilindrada.
- Definir la periodicidad con la que se van a realizar las ferias.
- Determinar que personal de la ensambladora debe participar en este evento para apoyar y coordinar la logística de la feria.
- Diseñar la experiencia que se va a ofrecer a los clientes el día de la feria, teniendo en cuenta que:
 - ✓ El experto invitado deberá brindar asesoría comercial a las personas interesadas en la compra de moto.
 - ✓ El invitado deberá participar en las entregas de nuevas motocicletas que se tengan planeadas para esos días, haciendo de este momento una experiencia inolvidable para los clientes.
 - ✓ Si es posible, el experto deberá realizar una demostración de sus habilidades en la calle.
 - ✓ El experto firmará autógrafos durante todo el día en afiches de la marca.
 - ✓ Los asesores comerciales le brindarán soporte y acompañamiento al experto en los momentos de alto flujo de visitantes y realizarán actividades complementarias que conformen la feria.
- Diseñar la exhibición y ambientación del lugar en los días de la feria.
- Definir a través de qué medios se va a dar a conocer el evento, sus fechas y lugares y todas las campañas que se puedan ejecutar con clientes potenciales de la marca para que ese día visiten el concesionario.
- Implementar las ferias en las fechas acordadas.

- Evaluar los resultados obtenidos de estas ferias comparando la cantidad de cotizaciones hechas ese día que se convirtieron en ventas efectivas posteriormente contra este mismo indicador en periodos regulares.

En la Tabla 11 se sugiere un indicador para medir la implementación de la estrategia.

Tabla 11 - Indicador estrategia # 7

Indicador	Fórmula	Meta	Plazo
Variación de ventas en periodo de ferias vs. Periodo regular	$\frac{Ventas_{PF} - Ventas_{PR}}{Ventas_{PR}} * 100\%$	≥ 30%	En cada feria

$Ventas_{PF}$: Cantidad de cotizaciones realizadas en el día de la feria que se convirtieron en ventas efectivas.

$Ventas_{PR}$: Cantidad de cotizaciones realizadas en un día regular que se convirtieron en ventas efectivas.

6.3 ESTRATEGIA # 10: venta de garantías extendidas.

- Establecer las políticas de garantía por las que se va a regir este nuevo servicio que se va a ofrecer, definiendo que partes cubre la garantía y bajo qué condiciones
- Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad del proyecto y los precios que se deben establecer para las garantías extendidas para que arroje rentabilidad y a su vez sea asequible para los usuarios.
- Definir el mecanismo para la venta de las garantías extendidas, lugares donde se va a ofrecer (CSA, concesionarios, almacenes de repuestos, convenios con almacenes de cadena, etc.), formas de pago, condiciones, documentos a entregar al cliente que soporten la existencia de la garantía extendida, entre otros.
- Establecer los procedimientos para llevar a efectuar una garantía en el periodo extendido.
- Determinar en cuáles centros de servicio autorizados se prestará el servicio para cubrir las garantías extendidas.
- Hacer los requerimientos y ajustes necesarios en las aplicaciones tecnológicas que permitan llevar control de este servicio.

- Realizar la divulgación y el despliegue del proyecto con los CSA que participarán. Se deberá hacer una completa explicación de todos los procedimientos que se deben llevar a cabo.
- Realizar la divulgación del proyecto con los concesionarios, CSA, almacenes de repuestos y demás convenios que vayan a ofrecer la venta del servicio de garantías extendidas para que implementen correctamente el proyecto.
- Hacer la comunicación a través de los medios más apropiados para que los usuarios actuales y clientes potenciales se enteren de este valor agregado que está ofreciendo la marca.
- Construir indicadores que permitan evaluar la efectividad de la estrategia y hacer las mediciones necesarias para determinar el aumento de visitas a los centros de servicio autorizados.
- Implementar posibles oportunidades de mejora detectadas en el control y evaluación del proyecto.

En la Tabla 12 se sugiere un indicador para medir la implementación de la estrategia.

Tabla 12 - Indicador estrategia # 10

Indicador	Fórmula	Meta	Plazo
Rentabilidad del proyecto de extensión de garantías	$\frac{\text{Ingresos obtenidos de la venta de extensión de garantías}}{\text{Costos y gastos de la implementación de la estrategia}} * 100\%$	≥ 100%	1 año

7 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Después de completado el diagnóstico del ciclo de servicio que viven los clientes de motos gama alta se logró inicialmente identificar cuáles son los momentos de verdad que viven los usuarios con la marca y las motocicletas. Estos momentos identificados tanto en los concesionarios como en los centros de servicio, se pudieron agrupar en tres etapas diferentes: preventa, venta y posventa.

Como se mencionó en el planteamiento del problema, para las ensambladoras es necesario conocer cuáles de las interacciones que el cliente vive con la marca y el producto son más relevantes, para así lograr enfocar sus esfuerzos en lo que realmente agrega valor y genera satisfacción en los usuarios. Por lo tanto, mediante las entrevistas a profundidad y pudiendo conocer a clientes actuales de motocicletas de las diferentes marcas estudiadas (Honda, Yamaha, Auteco y Suzuki) se identificaron como momentos de verdad prioritarios los siguientes:

- **Momentos en la etapa preventa:**
 - Asesoría brindada por el asesor comercial: Los usuarios de motocicletas gama alta buscar en el concesionario personas que tengan un alto conocimiento del producto, sean apasionados por las motos y puedan hablarles y asesorarlos con experiencias propias y argumentos valederos. No es suficiente que el asesor comercial conozca las características técnicas de la moto que se encuentran en una ficha técnica. Los clientes no buscan que los vendedores sean quienes les digan qué motocicleta deben comprar, sino quienes refuercen la decisión tomada con explicaciones y argumentos.
 - Test drive: Los usuarios de motocicletas gama alta consideran importante que los concesionarios ofrezcan *test drive* a los clientes antes de tomar una decisión de compra, ya que el vehículo que están adquiriendo tiene un alto costo económico y no todas las motocicletas satisfacen las necesidades de los clientes. Sin embargo, la mayoría de concesionarios del Valle de Aburrá no ofrecen este servicio y por ende los clientes deben recurrir a otros medios para probar la moto antes de comprarla o adquirirla sin haberla ensayado.
- **Momento en la etapa de venta:**
 - Entrega de la moto: Este momento es considerado como el más emotivo para los usuarios de motocicletas de alta cilindrada, a pesar de que en la mayoría de los

concesionarios, esta entrega se realiza de forma sencilla y no hacen sentir al cliente de manera especial.

○ **Momentos de la etapa posventa:**

- Solución de las necesidades del cliente: Cuando el cliente lleva su moto a un centro de servicio lo que busca es que la situación por la cual asistió al taller sea resuelta de manera efectiva, pasando a un segundo plano la agilidad con la que se pueda realizar el procedimiento. Que este momento de verdad sea resuelto con éxito hace que el cliente se sienta satisfecho con el servicio prestado.
- Información suministrada sobre el trabajo realizado: Los usuarios consideran relevante este momento que se vive en el taller debido a que es donde se les comunica que su situación o necesidad fue resuelta y los medios por los cuales se pudo llegar al resultado. Si no existe esta comunicación transparente para el usuario no es tan claro para él, qué se le hizo o no a su vehículo.
- Entrega de la motocicleta después de revisión o garantía: Este momento es considerado importante para los clientes porque es cuando finalmente pueden dar uso a su motocicleta sabiendo que está en perfectas condiciones. Además, los usuarios lo consideran como el momento más feliz de la etapa posventa.

Teniendo conocimiento de cuáles momentos de verdad son más sensibles e importantes para determinar la satisfacción de los clientes se plantearon las fortalezas y debilidades que tenían las marcas para afrontar cada uno de los momentos de verdad, adicionalmente, se identificaron las oportunidades y amenazas del entorno, para luego consolidar el perfil interno y externo del sector.

Se encontró que las debilidades que tiene el sector son principalmente en el conocimiento de los asesores, la emotividad con que se hace la entrega del vehículo, el ofrecimiento del servicio de *test drive*, el alto costo de los servicios técnicos y las disponibilidad de herramientas y repuestos. Como fortalezas se evidencia que en la industria hay una buena atención y servicio por parte del personal de concesionarios y talleres autorizados y también un trabajo efectivo a la hora de solucionar las necesidades de los clientes.

Como oportunidades externas del sector, se evidenció que es una industria en crecimiento con altos volúmenes de ventas y por ende posee recursos para invertir, tiene un público objetivo de estratos socioeconómicos altos que usan la moto como elemento de diversión y están dispuestos a pagar por valores agregados; adicionalmente este sector cuenta con grandes influenciadores de marca y grupos o clubes de motociclistas que recomiendan y

utilizan las marcas. Por otra parte, se presentan amenazas para el sector como son el uso de talleres no autorizados, la exploración inicial que hacen los clientes a través de fuentes externas de información sobre las cuales no tienen control las marcas y la buena atención y momento de entrega que ofrecen los concesionarios de marcas importadas que son competencia directa para las ensambladoras gama alta nacionales.

Luego de plantear unas estrategias que surgieron de aprovechar las fortalezas para atacar las amenazas, potencializar las fortalezas a través de las oportunidades y beneficiarse de las oportunidades para superar las debilidades, estas fueron evaluadas a través de la Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE) para priorizar aquellas estrategias en las que el sector debe trabajar con más premura para incrementar en mayor medida la satisfacción de los usuarios y optimizar los procesos que se tienen establecidos.

Las estrategias que este trabajo de grado plantea que se ejecuten en las ensambladoras son:

- Utilizar los recursos de los excedentes de las ventas para invertir en programas de capacitación de conocimiento del portafolio para la fuerza de ventas de los concesionarios de alta gama con el fin de que el cliente sienta confianza al hablar con los asesores y pueda reafirmar sus conocimientos sobre el producto.

Para implementar esta estrategia será necesario construir un equipo multidisciplinario que diseñe y ejecute todo lo necesario para lograr que el programa de capacitación deba ofrecer (pensum, duración, capacitadores, ubicación, fechas, publico objetivo, divulgación del programa, condiciones, etc.)

- Realizar ferias dentro de los concesionarios donde se invite a expertos, validadores de marca o motociclistas de alto rendimiento para que sean ellos quienes ese día asesoren a los clientes y les generen confianza de comprar una motocicleta de la marca.

Con el fin de llevar a final término esta estrategia se debe convocar validadores de marca y competidores de alto rendimiento a los concesionarios los días de mayor afluencia de clientes para que no solo atraigan clientes, sino que ayuden a la fuerza de ventas con consejos y hagan el momento de entrega un momento verdaderamente especial a los nuevos clientes de la marca.

- Implementar la venta de garantías extendidas para la motocicleta que permitan incrementar las visitas a los CSA luego de finalizar el periodo de garantía legal y

suplementaria con la que se entrega la moto, aprovechando la fortaleza con la que cuentan actualmente los CSA en brindar soluciones efectivas.

Para llevar a cabo esta estrategia será necesario definir las políticas de garantías extendidas bajo las cuales funcionará este nuevo servicio, teniendo en cuenta que se debe hacer un análisis financiero para determinar su viabilidad. Además se deberá tener en cuenta el mecanismo a utilizar para vender las garantías, los lugares donde se va a ofrecer y los CSA donde se hará efectiva, teniendo en cuenta los medios por los cuales se va a hacer la divulgación del nuevo servicio.

Comparando los hallazgos de esta investigación con los encontrados previamente en los antecedentes del anteproyecto, se encontró que el estudio realizado por el doctor Ángel Machorro Rodríguez en México para automóviles es el que presenta resultados más similares. En este, se identificaban como momentos prioritarios la atención y conocimiento de los vendedores, la oportuna solución de las necesidades y la entrega oportuna del vehículo.

Aunque dicho estudio haya sido solo realizado para la etapa comercial, se evidencia como los momentos de este proceso concuerdan en su mayoría con los encontrados en la presente investigación, teniendo esta última como adicional el momento en que se ofrece el servicio de *'test drive'* a los clientes.

8 CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

A través del trabajo desarrollado se pudo demostrar la importancia de que un cliente esté satisfecho con todos los servicios y productos que ofrece una marca. Fue común encontrar en las diferentes ensambladoras estudiadas que algunos procesos y procedimientos están definidos de una forma efectiva para la organización, mas no están pensados en lo que el cliente requiere o desea. De ahí la importancia de hacer que el cliente sea el centro y foco de las empresas y que a partir de éste se definan todos los procesos que son necesarios para que la compañía funcione y sea rentable para sus propietarios.

En el planteamiento del problema se expresó que las mismas ensambladoras han definido el momento de verdad de la entrega del producto como el más relevante, a pesar de que no se contaba con una investigación que afirmara esta creencia. A partir de este trabajo, se pudo reafirmar la prioridad que tiene la entrega del vehículo para los usuarios y así confirmar la hipótesis de las ensambladoras, añadiendo a esto, que hay otros momentos de verdad que también tienen un grado de prioridad alto para determinar la satisfacción del cliente.

En las empresas ensambladoras de motocicletas alta gama que comercializan sus productos en el Valle de Aburrá desde la perspectiva de los clientes se priorizaron seis momentos de verdad claramente segmentados entre la preventa, la venta y la posventa.

En lo relacionado con la preventa, los clientes priorizaron la asesoría recibida y el test drive; para la etapa de la venta es trascendental el momento de la entrega del producto y en la posventa, los usuarios destacaron la importancia de la solución a sus necesidades, el suministro de información y la entrega después de la revisión o garantía.

Una vez identificados los perfiles interno y externo de las empresas investigadas, se procedió a la priorización de once estrategias, de las cuales, se escogieron tres con una mayor calificación de atractividad enfocadas a la utilización de excedentes en capacitación de la fuerza de ventas, realización de ferias en los concesionarios con la participación de validadores de marca y ofrecer garantías extendidas a los clientes.

La evaluación de las once estrategias mediante la Matriz Cuantitativa de la Planificación Estratégica (MCPE) y posterior priorización de tres de ellas, permitió definir un plan de acción que establece diferentes acciones para el logro de las estrategias que siguen el ciclo administrativo PHVA y cuyo desarrollo tiene alta probabilidad de ser garantía de éxito para las organizaciones

Como sugerencia para posteriores proyectos que se vayan a desarrollar con base en esta investigación, será importante tener en cuenta otras marcas que no tienen ensambladora en el país, pero participan y compiten directamente con las que se estudiaron en este trabajo, como son BMW, Triumph y Ducati, pues son consideradas por los usuarios dentro de las posibles opciones a la hora de adquirir una motocicleta y los clientes comparan constantemente el servicio que prestan ensambladoras como Auteco, Yamaha, Honda y Suzuki con el servicio y los productos de BMW, Triumph y Ducati.

Por otro lado, para las marcas sería un buen ejercicio plantear estrategias a partir de su perfil interno y externo individual y no a partir de la situación general del sector, pues se evidenció que donde algunas marcas presentaban falencias otras podían tener fortalezas. Además las debilidades que tiene una ensambladora pueden llegar a ser oportunidades para otra y viceversa.

BIBLIOGRAFÍA

ANDI. (2013). *Comunicado de presa Sector Motos Año 2013*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.andi.com.co/pages/proyectos_paginas/proyectos_detail.aspx?pro_id=232&Id=76&clase=8&Tipo=2

ANDI. (S.F). *Cámara de la Industria Automotriz*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.andi.com.co/pages/comun/infogeneral.aspx?Id=76&Tipo=2>

Aranda Gutiérrez, H., & Basante Butrón, G. (octubre de 2003). *Evaluación al COMEAA*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=momentos+de+verdaad&source=web&cd=9&ved=0CGAQFjAI&url=http%3A%2F%2Fwww.comeaa.org%2Fdocs%2Fmomentos_de_verdad%25202007.doc&ei=ynAyUYKxM4q20QHF1IHADA&usg=AFQjCNEiaM2aNSToBDUW7ebnZqSSFQ-ISw

Auteco. (s.f.). Obtenido de <http://www.auteco.com.co/>

Bermúdez Morales, I. (S.F). *El Prisma*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/momentosdelaverdad/

Contreras, J. (16 de julio de 2006). *Matriz DOFA y PEYEA*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap82d.htm>

COPEME. (marzo de 2009). Recuperado el Marzo de 2013, de http://mision.redcamif.org/fileadmin/usuarios/documentos/Herramientas/Ciclo_de_Servicio__2_.pdf

Coronado, R. (6 de Diciembre de 2012). *www.ricardocoronado.org*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.ricardocoronado.org/CURSOS/PLANEACION%20ESTRATEGICA/CLASE%203/MATRIZ%20MCPE.pdf>

DANE. (2012). *DANE*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99&Itemid=74

De La Rivera, N. (2010). *Revista Seguridad en Acción*. Recuperado el Marzo de 2013, de Importancia estratégica de la Calidad del Servicio: http://200.54.67.133/capacita/cont/imagenes/rev0502_ind1.pdf

Montoya C., Sebastián, Vargas A., Natalia, mayo de 2014

García López Legorreta, S. I. (Julio de 2008). *Modelo que explica las relaciones entre los factores de imagen de marca, imagen de agencia, satisfacción y lealtad del consumidor del sector automotriz Mexicano*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=que+influye+en+la+satisfaccion+en+el+sector+automotriz&source=web&cd=1&ved=0CDEQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cladea.org%2Fhome%2Findex.php%3Foption%3Dcom_phocadownload%26view%3Dcategory%26download%3D52%3Asara-isab..&ei=

Gobernación de Antioquia. (2012). *Gobernación de Antioquia*. Recuperado el 8 de Junio de 2014, de <http://www.antioquia.gov.co/index.php/sobre-antioquia/desde-la-region/valle-de-aburra/7051-el-valle-del-aburra-concentracion-de-necesidades-y-oportunidades>

Gutierrez, M. I. (2009). *DANE*. Recuperado el Marzo de 2013, de Asistencia escolar y nivel educativo: http://www.dane.gov.co/revista_ib/html_r8/articulo3.html

Honda. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.honda.com.co/>

Ilzarbe Izquierdo, L. (2010). *Ser Humano y Trabajo*. Recuperado el Marzo de 2013, de Descubra la importancia de medir: <http://www.sht.com.ar/archivo/marketing/satisfaccion.htm>

Lozano, L. (2011). *Zeus Management Consultants*. Recuperado el Marzo de 2013, de EL MOMENTO DE LA VERDAD / Servicio a Clientes: <http://www.zeusconsult.com.mx/artmverdad.htm>

Machorro Rodríguez, Á. (2009). *Academia Journals*. Recuperado el Marzo de 2013, de La Calidad en el Servicio Como Ventaja Competitiva en una Empresa Automotriz: <http://academiajournals.com/downloads/Machorro09.pdf>

McDaniel, C., & Gates, R. (2010). *Investigación de mercados 8ª. Ed.* Cengage Learning.

Ponce Talancón, H. (enero - junio de 2007). *LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf

Riascos González, J. A. (Enero - junio de 2006). De la estructura por funciones al enfoque basado en procesos y a la visión sistémica de la organización. *Ciencias Estratégicas*, 14(15), 33-42.

Salamanca Castro, A., & Martín-Crespo Blanco, C. (marzo - abril de 2007). *Nure Investigación*. Recuperado el Marzo de 2013, de http://www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_27.pdf

Suzuki. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.suzuki.com.co/>

UPI. (10 de Septiembre de 2013). Recuperado el Abril de 2014, de <http://espanol.upi.com/Economia/2013/09/10/F%C3%A1bricas-colombianas-de-motos-aumentan-su-producci%C3%B3n/UPI-41991378844125/>

Waligóra, J., & Waligóra, R. (2007). *MEASURING CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY*. Recuperado el Marzo de 2013, de <http://pure.au.dk/portal-asb-student/files/1600/000160883-160883.pdf>

Yamaha. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2013, de <http://www.incolmotos-yamaha.com.co/site/>

ANEXOS

ANEXO 1 - REFERENCIAS GAMA ALTA DE LAS ENSAMBLADORAS

Tabla A 1 - Referencias gama alta de las ensambladoras

ENSAMBLADORA	REFERENCIAS DE GAMA ALTA		
	KAWASAKI	KTM	KYMCO
Autotécnica Colombiana S.A. – AUTECO	<ul style="list-style-type: none"> - Ninja 300 - ER6N - ER6F - Versys 650 - Z800 - Z1000 - Z1000 SX - Versys 1000 - Ninja ZX – 6R 636 - ZX-10R - KX250F - KX450F - KLX250 - KLX450 - KLR650 - Vulcan 900 Classic - Vulcan 900 Custom 	<ul style="list-style-type: none"> - 250 SX - 250 SX-F - 350 SX-F - 450 SX-F - 250 EXC - 300 EXC - 250 EXC-F - 350 EXC-F Six Days - 350 EXC-F - 450 EXC - 500 EXC - 250 EXC Six Days - 300 EXC Six Days - 250 EXC-F Six Days - 450 EXC Six Days - 500 EXC Six Days - 690 Enduro - Freeride 350 - 450 SMR - 690 SMC R - 990 SM R - 1190Adventure - 1190Adventure R - 990 SMT 	<ul style="list-style-type: none"> - Downtown 300i

Honda – Fanalca S.A.	<ul style="list-style-type: none"> - CBR 250R C ABS - CB 600 F - CB 600 F ABS - CB 1000 R - CBR 600 RR - CBR 1000 RR - CRF 450R - CRF 250R - CRF 250X - CRF 450X - XR 250 Tornado - XR 650L - NC 700X - VFR 800C
Incolmotos – Yamaha	<ul style="list-style-type: none"> - YZ 250F - YZ 450F - Vstar 950 - YZF R1 - YZF R6 - FZ1 N - Fazer 1 - FZ8 - Fazer 8 - XJ6 N - XJ6 F - XT 1200Z - XT 660Z - WR 250F - WR 450 F - XTZ 250 - XT 660R
Suzuki S.A.	<ul style="list-style-type: none"> - GS500 - GSXR600 - RMX450X - DR650 - VSTROM650 - VSTROM650 ABS - VSTROM1000 - GLADIUS650 - BOULEVARD800

Fuente: Elaboración propia con datos de (Auteco) (Honda) (Suzuki) (Yamaha)

ANEXO 2 - PUNTOS DE ATENCIÓN DE LAS MARCAS**Tabla A 2 - Puntos de venta Yamaha**

INCOLMOTOS – YAMAHA		
NOMBRE PUNTO DE VENTA	TELEFONO	DIRECCIÓN
YAMAHA SPORTS	3513667 – 3513666	CL 33 65 50
MOTO WORK	3115075 - 3121140	CL 10 B 35 50
MOTO WORK	3128565	CR 47 7 41 AV LAS VEGAS
GP BIKES	4444756	CARRERA 43 NO 31 SUR 33
YAMAHA MOTOS ITAGUI	3769494 – 3769420	CALLE 52 NO.49-12
INCOLMOTOS YAMAHA	2321316 - 2326006	CALLE. 37 NO. 45-65
MUNDO YAMAHA EL RODEO	2552055 - 4449192	CARRERA 52 NO. 3 SUR 29
MUNDO YAMAHA	4443132 - 4128488	CARRERA 73 NO. 44 10
MUNDO YAMAHA	4443132 - 4128488	CARRERA 81 NO. 36-59
YAMAHA SPORTS	3425143	CALLE 30 NO. 80-53
YAMAHA SPORTS		ROBLEDO
GP BIKES		CARRERA 50 NO.55 A 01. LOCAL 5
MOTO COPACABANA	4012048	CR 53 NO. 51-61
MUNDO YAMAHA	4563257 - 4443132	CARRERA 50 NO.33 73

Fuente: (Yamaha)

Tabla A 3 - Puntos de venta Honda

HONDA		
NOMBRE PUNTO DE VENTA	TELEFONO	DIRECCIÓN
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA	2724511	CRA 50 # 45-55
SUFIMOTOS	4443312	CLL 52 N° 51 – 11
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA	2702930	CRA 43A # 38SUR-28
HONDA ITAGUÍ	3725646	CRA. 51 55-04
MOTOMAYORISTA	372 51 41	CRA 52 # 72-133 AV SANTA MARÍA
CARREFOUR	2605288	CLL 47D # 65-115
AUTOGUAYACAN	4484602	Calle 24 Sur No. 43A – 60
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2325959	CRA 46 # 37-17
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2325158	CLL 37 # 51-18
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2658613	CRA 65 # 29-132
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	4136269	CLL 44 # 72-28
REDMOTOS	444 3366	CRA. 43 C 68A SUR 38

Fuente: (Honda)

Tabla A 4 - Puntos de venta Suzuki

SUZUKI		
NOMBRE PUNTO DE VENTA	TELEFONO	DIRECCIÓN
MOTOS SOL DE ORIENTE BELLO	4484556	CARRERA 46 NO. 45 – 74
OFFERMOTOS	3327940 – 3322238	CARRERA 43A NO. 33BSUR - 29
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA S.A.	3515199 – 3515152	AVENIDA 33 NO. 64 – 06
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA	2329906 – 3859060	CALLE 36 NO. 46-44
MOTO TEST DIAGNOSTICENTRO S.A.S	3110629	CALLE 10A NO. 41A – 09
MOTOS SOL DE ORIENTE LA 33	4484556 - 2328499	CARRERA 52 NO. 37 – 17
MOTOSHOCK MEDELLÍN LTDA	4114382 - 4113748	CALLE 44 NO. 72 – 22
SUMOTO MEDELLIN S.A.	4131378	CARRERA 81 NO. 36-67

Fuente: (Suzuki)

Tabla A 5 - Puntos de venta Auteco

AUTECO		
NOMBRE PUNTO DE VENTA	TELEFONO	DIRECCIÓN
DISMERCA MACROCENTRO	381 25 96	CL. 38 #52-34
DISMERCA MEDELLÍN	232 31 22	CARRERA 50 # 37 – 15
DISMERCA MOTOCARROS	232 79 77	CRA. 50 # 32-125, PALACÉ
DISMERCA S.A.	232 31 22	CL. 37 #45-47
DISMERCA S.A.	411 98 71	CL. 44 #72-15
DISMERCA S.A. LA 10	268 86 88	CL. 10A #40-13
MOTOCICLETAS SPA MOTOS	234 52 20	CL. 64A #79A-43
MOTOS ALFONSO BLANCO	262 27 32	CL. 23 #43A-193 LOCAL 193
MOTOS COLOMBIA	234 11 05	CRA. 80 #50-11
SUMOTO DE COLOMBIA S.A. LA 30	235 18 22	CL. 30 #65-78
SUMOTO DE COLOMBIA S.A. LA 80	411 89 94	CRA. 81 #42-93
SUR & MOTOR S.A.S. (Castilla)	477 27 88	CARRERA 68 # 93 – 87
SUR & MOTOR S.A.S. (Manrique)	516 58 00	CARRERA 45 # 66 - 136
ELECTROBELLO S.A.	451 68 68	CRA. 50 #49-29
MOTOCICLETAS KBK LTDA.	456 97 01	CRA. 50 #33-90
DISTRIMOTOS ANTIOQUIA	278 23 20	CRA. 50 #127 SUR -116
CHAVAS GROUP	448 98 48	CARRERA 43 A # 35 SUR 17
FUTURO MOTOS LTDA.	289 03 94	CL. 18 #7-92
MOTO ACCESS	277 67 52	CL. 55 #50-58
SUR & MOTOR S.A.S. (Guayabal)	361 63 93	CARRERA 52 # 85 - 60
SUR & MOTOR S.A.S. (Sabaneta)	288 37 66	CARRERA 43 # 67 SUR - 13
R2R BIKES	580 45 00	Calle 10A # 36-54
KAWASAKI LA 10	268 86 88	Calle 10A # 40 13

Fuente: (Auteco)

Tabla A 6 - Centros de servicio autorizados Yamaha

INCOLMOTOS – YAMAHA		
NOMBRE DEL CSA	TELEFONO	DIRECCIÓN
HUMBERMOTOS	3099010	
INCOLMOTOS YAMAHA MEDELLÍN	2321316	CL 37 45-65
MAURICIO SIERRA URIBE	4124472	CL 41 CR 77 49
MOTOWORK	3121140	CL 10B 35 50
MOTO WORK	3128565	CR 47 7 41 AV LAS VEGAS
MUNDO YAMAHA EL RODEO	2552055	CR 52 3 S 29
SCOOTER SERVICE MILLA 37	2324460	CL 37 52 148
SPORTS BIKES	4141335	CL 43 93 43 AP 202
TALLER SAN ROQUE	8656076	
TOROMOTOS		CR 30 25 70
TOROMOTOS	5611931	CR 47 No 49 15
YAMAHA SPORTS	3513666	CL 33 65 50
YAMAHA SPORTS	3425143	CL 30 80 53
YAMAHA SPORTS	4223177	Cr 80 50 176
YAMAHA MOTOS ITAGUI	3769494	CL 52 49 12

Fuente: (Yamaha)

Tabla A 7 - Centros de servicio autorizados Honda

HONDA		
NOMBRE DEL CSA	TELEFONO	DIRECCIÓN
CARIBE	4416968	CLL 75A CRA 64C-68
J & E	5861488	CRA 65 # 95 -109 B. CASTILLA
MOTUL	5130511	CRA 56 # 62-15
NEW SERVIS	2359116	CLL 30A # 65CC-80
REPLUSVE	5217881	CLL 97 # 45A-42
STIV MOTOS	2314618	CLL 59 # 53-63
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2325959	CRA 46 # 37-17
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2325158	CLL 37 # 51-18
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	2658613	CRA 65 # 29-132
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN	4136269	CLL 44 # 72-28
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA	2724511	CRA 50 # 45-55
HONDA SUR Y REPUESTOS S.A.S.	2780560	CRA 50 # 125 SUR-104
JUANGUSMOTOS	3392680	CLL 39 SUR # 41-27 GUANTEROS
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA	2702930	CRA 43A # 38SUR-28
SUFIMOTOS	2893312	CLL 15 N° 11 – 32
HONDA ITAGUÍ	3725646	CRA. 51 55-04
MOTOFIX HONDA	3762555	CRA 51 # 56-09
MOTOMAYORISTA	3725141	CRA 52 # 72-133 AV SANTA MARÍA
REDMOTOS	4443366	CRA. 43 C 68A SUR 38

Fuente: (Honda)

Tabla A 8 - Centros de servicio autorizados Suzuki

SUZUKI		
NOMBRE DEL CSA	TELEFONO	DIRECCIÓN
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA	2329906 - 3859060	Calle 36 No. 46-44
MOTO TEST DIAGNOSTICENTRO S.A.S	3110629	Calle 10A No. 41A – 09
MOTOS MAURO	4140740 - 4116126	Carrera 81 No. 42C - 35

Fuente: (Suzuki)

Tabla A 9 - Centros de servicio autorizados Auteco

AUTECO		
NOMBRE DEL CSA	TELEFONO	DIRECCIÓN
AFRICA MOTOS	2615996-3116304490	Cll 37 # 52 - 92
R2R BIKES	5804500	Calle 10A # 36-54
MOTO HOUSE	3542918	Calle 10A #40-28
JOTA MOTOS	3110665	Carrera 41 a # 10 – 54
RUTA SURAMÉRICA (Sabaneta)	3782636	Carrera 45 # 75B Sur 108
DISMERCA MOTOCARROS	2322320	Cr 50 32 – 125
GAD SERVICIOS – no GA	4250590	Cra. 80 #50-140
MOTO SPORTS	3110665 – 5805256	Cra. 41 a # 10 – 54
MACROCENTRO	2623481 Ext. 111	Cl. 38 #52-34
MARCOMOTOS	5865340	Crr 49 No 70-46
MG MOTOS	4126585	Cl. 44 #73-19
MOTO FORZA SAS	2356494	Cl. 30 #65-40
MOTOS DAF LTDA.	5817169	Cra. 52 12A Sur - 71
MOTOS RUTA 80	4481292	Cl. 30 #80-106 Glorieta
PACHO PLUS	2182889	Cra. 37 # 49 – 23
PLAZA BIKE SAS	4113213	Crr 81 No 36-19
PLAZA BIKES SAS	4113213	Crr 81 No 36-19
Pulsar Store	5821516	Cra 48#10-100
REPLUSVE	5217881	Cll. 97 # 45 A - 42
REPLUSVE	5217881	Cl. 97 #45A-42
SERVIAUTEC	4345160	Cl. 44 #91-08
SINCRO BIKE	4449493	Cll. 31 a # 75 - 64
SPA MOTOS LA 80	4371900	Cr. 80 # 64 A - 22
SÚPER TALLER RAPIMOTOS	4722569	Cra. 65 #96-35
TALLER DE MOTOS B&F	2381897	Cra. 76 #29-54
TALLER MOTO CID	2934250	Cll 54 No 49-120 Int 139
W MOTOS	2688220	Calle 10 # 43D – 10

Fuente: (Auteco)

ANEXO 3 - EVALUACIÓN DE PUNTOS DE ATENCIÓN SEGÚN CUOTAS

Tabla A 10 - Evaluación de concesionarios

CRITERIOS / CONCESIONARIOS	Tiene mínimo 5 referencias con cilindrada > 250 cc exhibidas en el punto de venta	Tiene 6 meses representando la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Es concesionario exclusivo de la marca	Es recomendado en la línea de atención como concesionario gama alta	SELECCIONADOS
YAMAHA						
MOTO WORK (La 10)	X	X	X	X	X	SI
MOTO WORK (Las Vegas)	No	X	X	X	X	
GP BIKES	No	X	X	X	No	
YAMAHA MOTOS ITAGUI	No	X	X	X	No	
INCOLMOTOS YAMAHA	X	X	X	X	X	SI
MUNDO YAMAHA EL RODEO	No	X	X	X	No	
MUNDO YAMAHA (La 73)	En el número telefónico que registra no contestan					
MUNDO YAMAHA (La 80)	En el número telefónico que registra no contestan					
YAMAHA SPORTS (CII 33)	X	X	X	X	X	SI
YAMAHA SPORTS (La 30)	No	X	X	X	X	
YAMAHA SPORTS (Robledo)	En el número telefónico que registra no contestan					
GP BIKES	En el número telefónico que registra no contestan					
MOTO COPACABANA	No	X	X	X	No	
MUNDO YAMAHA	En el número telefónico que registra no contestan					
HONDA						
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA (Bello)	X	X	X	X		SI

CRITERIOS / CONCESIONARIOS	Tiene mínimo 5 referencias con cilindrada > 250 cc exhibidas en el punto de venta	Tiene 6 meses representando la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Es concesionario exclusivo de la marca	Es recomendado en la línea de atención como concesionario gama alta	SELECCIONADOS
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA (Cra 43A)	No	X	X	X	Honda no tiene línea de atención centralizada	
SUFIMOTOS	No	X	X	X		
HONDA ITAGUÍ	Este concesionario ya no existe para Honda					
MOTOMAYORISTA	No	X	X	X		
CARREFOUR	En este lugar ya no queda un concesionario Honda sino una peluquería					
AUTOGUAYACAN	X	X	X	X		SI
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (Cra 46)	X	X	X	X		SI
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (CII 37)	No	X	X	X		
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (Cra 65)	No	X	X	X		
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (CII 44)	No	X	X	X		
REDMOTOS	En el número telefónico que registra no contestan					
SUZUKI						
MOTOS SOL DE ORIENTE BELLO	Este ya no es un punto de venta de Suzuki				X	
OFFERMOTOS	Este ya no es un punto de venta de Suzuki, pertenece a Auteco					
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA S.A. (Av 33)	3	X	X	X	X	
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA (CII 36)	X	X	X	X	X	SI
MOTO TEST DIAGNOSTICENTRO S.A.S	X	X	X	X	X	SI
MOTOS MAURO	No es concesionario, únicamente CSA					

CRITERIOS / CONCESIONARIOS	Tiene mínimo 5 referencias con cilindrada > 250 cc exhibidas en el punto de venta	Tiene 6 meses representando la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Es concesionario exclusivo de la marca	Es recomendado en la línea de atención como concesionario gama alta	SELECCIONADOS
MOTOS SOL DE ORIENTE LA 33	2 o 3	X	X	X	X	
MOTOSHOCK MEDELLÍN LTDA	1	X	X	X	No	
SUMOTO MEDELLIN S.A.	El número telefónico que registra no existe					
AUTECO						
DISMERCA MACROCENTRO	No	X	X	X	No	
DISMERCA MEDELLÍN	No	X	X	X	No	
DISMERCA MOTOCARROS	No	X	X	X	No	
DISMERCA S.A. (CII 37)	No	X	X	X	No	
DISMERCA S.A. (CII 34)	No	X	X	X	No	
DISMERCA S.A. LA 10	No	X	X	X	No	
MOTOCICLETAS SPA MOTOS	No	X	X	X	No	
MOTOS ALFONSO BLANCO	No	X	X	X	No	
MOTOS COLOMBIA	No	X	X	X	No	
SUMOTO DE COLOMBIA S.A. LA 30	No	X	X	X	No	
SUMOTO DE COLOMBIA S.A. LA 80	No	X	X	X	No	
SUR & MOTOR (Castilla)	No	X	X	X	No	
SUR & MOTOR (Manrique)	No	X	X	X	No	
SUR & MOTOR (Guayabal)	No	X	X	X	No	

CRITERIOS / CONCESIONARIOS	Tiene mínimo 5 referencias con cilindrada > 250 cc exhibidas en el punto de venta	Tiene 6 meses representando la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Es concesionario exclusivo de la marca	Es recomendado en la línea de atención como concesionario gama alta	SELECCIONADOS
SUR & MOTOR (Sabaneta)	No	X	X	X	No	
ELECTROBELLO S.A.	No	X	X	X	No	
MOTOCICLETAS KBK LTDA.	No	X	X	X	No	
DISTRIMOTOS ANTIOQUIA	No	X	X	X	No	
CHAVAS GROUP	No	X	X	X	No	
FUTURO MOTOS LTDA.	No	X	X	X	No	
MOTO ACCESS	No	X	X	X	No	
R2R BIKES	X	X	X	X	X	SI
KAWASAKI LA 10	X	X	X	X	X	SI

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 11 - Evaluación de centros de servicio autorizados

CRITERIOS / CENTROS DE SERVICIO AUTORIZADOS	Prestar el servicio técnico para motos gama alta	Lleva más de seis meses prestando el servicio para la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Cuenta mínimo con 2 rampas de servicio	Es recomendado en la línea de atención como CSA gama alta	SELECCIONADOS
YAMAHA						
HUMBERMOTOS	En el número telefónico que registra no contestan				No	
INCOLMOTOS YAMAHA MEDELLÍN	X	X	X	X	X	SI
MAURICIO SIERRA URIBE	X	X	X	X	X	
MOTOWORK (CII 10B)	X	X	X	X	X	SI
MOTO WORK (Av Las Vegas)	X	X	X	X	No	
MUNDO YAMAHA EL RODEO	X	X	X	X	No	
SCOOTER SERVICE MILLA 37	En el número telefónico que registra no contestan				No	
SPORTS BIKES	En el número telefónico que registra no contestan				No	
TALLER SAN ROQUE	En el número telefónico que registra no contestan				No	
TOROMOTOS (Cr 30)	En el número telefónico que registra no contestan				No	
TOROMOTOS (Cr 47)	X	X	X	X		
YAMAHA SPORTS (CII 33)	X	X	X	X	X	SI
YAMAHA SPORTS (CII 30)	No	X	X	No	X	
YAMAHA SPORTS (Cr 80)	En el número telefónico que registra no contestan				No	
YAMAHA MOTOS ITAGUI	X	X	X	X	No	
HONDA						
CARIBE	En el número telefónico que registra no contestan				Honda no tiene línea de atención centralizada	
J & E	En el número telefónico que registra no contestan					
MOTUL	En el número telefónico que registra no contestan					
NEW SERVIS	X	X	X	X		SI

CRITERIOS / CENTROS DE SERVICIO AUTORIZADOS	Prestar el servicio técnico para motos gama alta	Lleva más de seis meses prestando el servicio para la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Cuenta mínimo con 2 rampas de servicio	Es recomendado en la línea de atención como CSA gama alta	SELECCIONADOS
REPLUSVE	Ya no es un CSA de Honda sino de Auteco					
STIV MOTOS	En el número telefónico que registra no contestan					
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (Cr. 46)	X	X	X	X		SI
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (CII 37)	X	X	X	X		SI
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (Cr. 65)	X	X	X	X		SI
SUPERMOTOS DE MEDELLÍN (CII 44)	X	No	X	X		
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA (Bello)	X	X	X	X		SI
HONDA SUR Y REPUESTOS S.A.S.	En el número telefónico que registra no contestan					
JUANGUSMOTOS	En el número telefónico que registra no contestan					
SUPERMOTOS DE ANTIOQUIA (Cra 43A)	No	X	X	X		
SUFIMOTOS	X	X	X	No		
HONDA ITAGUÍ	Este CSA ya no existe para Honda					
MOTOFIX HONDA	No	X	X	X		
MOTOMAYORISTA	No	X	X	X		
REDMOTOS	En el número telefónico que registra no contestan					
SUZUKI						
MOTO TEST DIAGNOSTICENTRO S.A.S	X	X	X	X	X	SI
SUZUKI MOTOR DE COLOMBIA (CII 36)	X	X	X	X	X	SI

CRITERIOS / CENTROS DE SERVICIO AUTORIZADOS	Prestar el servicio técnico para motos gama alta	Lleva más de seis meses prestando el servicio para la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Cuenta mínimo con 2 rampas de servicio	Es recomendado en la línea de atención como CSA gama alta	SELECCIONADOS
MOTOS SOL DE ORIENTE LA 33	X	X	X	X	X	SI
MOTOS MAURO	X	X	X	X	No	
AUTECO						
AFRICA MOTOS	X	X	X	X	X	SI
R2R BIKES	X	X	X	X	X	SI
MOTO HOUSE	X	X	X	X	X	SI
MOTO SPORTS	X	X	X	X	X	SI
RUTA SURAMÉRICA (Sabaneta)	X	X	X	X	No	
DISMERCA MOTOCARROS	No	X	X	X	No	
GAD SERVICIOS – no GA	No	X	X	X	No	
JOTA MOTOS SAS	No	X	X	X	No	
MACROCENTRO	No	X	X	X	No	
MARCOMOTOS	No	X	X	X	No	
MG MOTOS	No	X	X	X	No	
MOTO FORZA SAS	No	X	X	X	No	
MOTOS DAF LTDA.	No	X	X	X	No	
MOTOS RUTA 80	No	X	X	X	No	
PACHO PLUS	No	X	X	X	No	
PLAZA BIKE SAS	No	X	X	X	No	
PLAZA BIKES SAS	No	X	X	X	No	
PULSAR STORE	No	No	X	X	No	

CRITERIOS / CENTROS DE SERVICIO AUTORIZADOS	Prestar el servicio técnico para motos gama alta	Lleva más de seis meses prestando el servicio para la marca	Tiene avisos representativos de la marca	Cuenta mínimo con 2 rampas de servicio	Es recomendado en la línea de atención como CSA gama alta	SELECCIONADOS
REPLUSVE	No	X	X	X	No	
SERVIAUTEC	No	X	X	X	No	
SINCRO BIKE	X	X	X	X	X	SI
SPA MOTOS LA 80	No	X	X	X	No	
SÚPER TALLER RAPIMOTOS	No	X	X	X	No	
TALLER DE MOTOS B&F	No	X	X	X	No	
TALLER MOTO CID	No	X	X	X	No	
W MOTOS	No	X	X	X	No	

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 4 - OBSERVACIONES EN CONCESIONARIOS Y CSA

Tabla A 12 - Observación concesionario Auteco KTM

MARCA:	Auteco – KTM	FECHA:	18/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	R2R Bikes	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 10A # 36-54	DURACIÓN:	4 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
No tiene parqueadero propio pero cuento con zonas de fácil parqueo a sus alrededores.	Ningún cliente se quejó de esta situación a pesar del alto costo del servicio.		
Punto de venta muy estético, con amplios espacios para la circulación de los clientes.	A los clientes se les nota cómodos en el punto de venta y les es fácil identificar los lugares donde está lo que están buscando.		
Excelente surtido, que va desde las motos hasta accesorios para bebe de la marca KTM.	La variedad de productos que ofrecen permite que el cliente además de querer comprar la motocicleta desee adquirir accesorios complementarios y se le nota feliz y muy antojado de gran cantidad de productos		
Saludo Cordial por parte del personal de la tienda, a las personas conocidas se les saludaba por el nombre.	Al cliente le agradaba el saludo cordial y respondía de una manera afectiva.		
Ofrecimiento de un vaso con agua, el vaso era color naranja y tenía el logo de la marca.	La mayoría de los clientes aceptaba el ofrecimiento y lo bebían con agrado.		
Si el cliente había realizado alguna compra anteriormente se le preguntó por su experiencia con la moto o accesorio.	El cliente responde con satisfacción y cuenta experiencias que ha tenido con él.		
Pregunta del motivo de la visita por parte del asesor comercial	La mayoría de los clientes tenían definido el producto que necesitaban o la asesoría que necesitaban.		
Solución de la necesidad que trae el cliente	<p>Si el cliente sabe que moto o accesorio es el que quiere, el asesor lo acompaña y le responde las inquietudes que tenga (por lo general pocas). El cliente siempre pide la opinión del asesor y acepta sus consejos.</p> <p>Si el cliente no tiene claro el producto que busca, el asesor le da una asesoría completa, y dado el alto conocimiento de estos, el cliente siempre hizo caso de sus sugerencias.</p> <p>Si el cliente decía que solo iba a mirar se le dejaba solo, a estos clientes se les notaba más tranquilos y con más confianza estando así.</p>		

Alto conocimiento del tema por parte de todo el personal del punto de venta.	A los clientes que tenían alto conocimiento en el tema se les notaba el gusto de poder discutir experiencias y pedir sugerencias a los asesores del punto de venta.
No cuenta con el servicio de <i>Test drive</i> para las motos.	Algunos clientes que preguntaron por el tema se les noto decepcionados por la noticia.
Cotizaciones de las motocicletas	Los clientes usualmente no solicitan una cotización. Únicamente piden el precio de la moto y no les interesa pedir asesoría financiera. Según lo que dice el administrador, los clientes de KTM usualmente traen el crédito aprobado con otra entidad o cuentan con el dinero suficiente para pagar la moto de contado
Entrega de la moto antes del tiempo establecido.	El cliente se vio complacido con que se le entregara la moto antes de los 3 días que se había pactado, pero se le noto no muy a gusto con todas las instrucciones que se le dieron antes de que se la pudiera llevar.
Servicios posventa personalizados.	A los clientes que recogen sus motos se les dan los teléfonos personales de los asesores para que puedan solucionar cual inquietud de manera inmediata, cosa que agradecían los clientes. → Los asesores nos mostraron casos en los que se les había contactado días a las 11p.m. y el cliente quedaba muy agradecido con la ayuda.
Obsequio a todos los clientes.	A todos los clientes que ingresaron y permanecieron un tiempo, así no hayan comprado nada se les regalo un <i>sticker</i> del logo del Rally Dakar, competencia donde KTM es una de las marcas patrocinadoras. Este detalle fue recibido con asombro y agrado por parte de todos los clientes.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 13 - Observación concesionario Auteco Kawasaki

MARCA:	Auteco – Kawasaki	FECHA:	17/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Kawasaki La 10	HORA:	3:00p.m.
DIRECCIÓN:	Calle 10A # 40 13	DURACIÓN:	3,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Llegada al punto de venta Kawasaki la 10	La mayoría de clientes llegaba en moto y la parqueaba en la acera del concesionario. Aunque el punto de venta no tiene un parqueadero propio las personas nunca se quejaron de esto.		
Saludo y acercamiento inicial de un asesor de ventas	Los asesores identificaban rápidamente cuando una persona llegaba al punto de ventas, inmediatamente se acercaban a saludarlo y a ofrecerle su ayuda. Los clientes se sentían bien por estar acompañados de un asesor y pedían que se les enseñara la moto en la que estaban interesados.		
Trato personalizado para cada cliente	A los clientes se les llamaba por su nombre. Los clientes que habían ido anteriormente los atendía el mismo asesor que lo había ayudado en las ocasiones anteriores y si el cliente preguntaba por una persona específica para ser atendido, inmediatamente se le ponía en contacto.		

Conversaciones personales entre los clientes y el administrador o asesores	Algunos clientes son conocidos o incluso amigos de las personas del concesionario. Por lo tanto entran simplemente a conocer que hay de nuevo en la marca y a conversar un rato sobre sus experiencias en moto, paseos, competencias, etc. Se siente un ambiente agradable y se entablan conversaciones de amigos.
Exploración de la moto por parte del cliente	Por lo general el cliente observa mucho los detalles de las motos, se sube a la moto para probar como se siente en ella y pide un <i>test drive</i> . Sin embargo, cuando los clientes llegan al concesionario ya han investigado sobre las especificaciones técnicas de la moto y las nuevas características del último modelo.
<i>Test drive</i> en la moto de su interés	En Kawasaki la 10 se ofrece el servicio de <i>test drive</i> con las motos para calle como la Z250, Ninja 300, Versys 1000 entre otras. A los clientes les satisface mucho poder ensayar la motocicleta antes de tomar la decisión de invertir su dinero. El proceso para poder realizar el <i>test drive</i> es sacarle copia a licencia de conducción y documento de identidad y firmar un contrato de comodato por el rato en que va a tener la moto. A pesar de que solo hay una moto demo por cada modelo y en ocasiones los clientes deben separar la cita para poder realizar el <i>test drive</i> , no se les nota descontentos por tener que esperar.
Asesoría financiera para la compra de la moto	En el concesionario se encuentra una persona del Banco de Occidente que asesora a los usuarios para obtener un crédito que se acomode a las necesidades. Esto es un valor agregado que ofrece el concesionario y le facilita al cliente los trámites para la compra de su moto.
Cotizaciones con las diferentes formas de pago	Al cliente se le entrega una cotización con el precio de la moto de su interés y las diferentes formas de pago que puede tomar (de contado, a crédito con el Banco de Occidente, a crédito con otras entidades). Esto hace que el cliente se lleve toda la información en un papel y pueda tomar la decisión, ya que habitualmente el cliente no compra la moto desde la primera vez que visita el concesionario.
Compra de la motocicleta y firma de papeleo	Cuando el cliente llega decidido a hacer la compra se le atiende en el escritorio del administrador, se le reciben todos los papeles y se le dan las indicaciones de los pasos a seguir. Este momento es muy emotivo para la mayoría de los clientes, pues reflejan una gran sonrisa en su cara y van a observar nuevamente la motocicleta que adquirieron.
Entrega de la motocicleta	El momento de la entrega dura aproximadamente 30 minutos con cada cliente. Los asesores aseguran que es importante explicarles a los clientes detenidamente todas las funcionalidades de la moto, las revisiones de kilometraje que les debe realizar y los cuidados que debe tener. Los clientes muestran ansias por salir a montar su moto y se evidencia gran emoción en sus rostros.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 14 - Observación concesionario Yamaha 1

MARCA:	Yamaha	FECHA:	25/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Moto Work	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 10B # 35-50	DURACIÓN:	3,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Entrada al punto de venta Moto Work	El concesionario cuenta con un espacio pequeño para permitir que se parqueen algunas motos y no queda en una vía principal, lo cual facilita el parqueadero para las personas que vienen en algún vehículo. Al entrar una de las asesoras de venta se acerca a la puerta a recibir al usuario y le ofrece su asesoría. El cliente acostumbra saludar y expresar el motivo de su visita.		
Interacción con la motocicleta	Luego de que el cliente ingresa, busca identificar rápidamente la moto que tiene en su mente y se dirige hacia ella para conocer físicamente todos los detalles que previamente conoció y evaluó a través de una exploración por internet. Usualmente los clientes se inclinan a ver el motor y partes inferiores de la moto y luego se suben a ella para sentir como quedan montados.		
Preguntas y conversaciones con las asesoras de venta	Los clientes suelen hacer preguntas relacionadas con los caballos de fuerza que tiene la moto, el peso con y sin fluidos, las nuevas características que tienen las motos último modelo, de donde vienen las partes de la moto, etc. Sin embargo, cuando un cliente quiere conocer más aspectos técnicos sobre la moto, la asesora de ventas llama a un técnico del taller para que le resuelva las inquietudes al cliente.		
Asesoría financiera ofrecida por el concesionario	Moto Work ofrece a sus clientes la posibilidad de financiar la compra de su motocicleta a través de una alianza que tienen con el Banco de Occidente. Esto es un valor agregado que valoran mucho los clientes de Yamaha, pues como menciona una de las asesoras de venta, la mayoría de las compras de motos en Yamaha se hacen a crédito porque a los clientes les gusta contar con el seguro que brinda el crédito por robo de la motocicleta. Incluso algunos clientes que tienen la posibilidad de pagar de contado prefieren financiar un pequeño porcentaje del valor de la moto.		
Entrega de cotización e información de la moto	A los clientes en su primera visita se les entrega la cotización con las diferentes formas de pago ofrecidas, la tarjeta de la asesora que lo atendió y la ficha técnica de la moto. Esto les facilita a los clientes recordar la información para poder tomar una decisión. A pesar de que en la primera visita al cliente se le da toda la información la administradora cuenta que la mayoría de los clientes realiza dos visitas o más antes de decidirse a comprar		
Pago de la motocicleta	Cuando el cliente toma la decisión de comprar la moto puede llevar la copia de la consignación o hacer la transferencia directamente en el punto de venta, mas no se aceptan pagos en efectivo. Los clientes no muestran importancia a que no se pueda hacer el pago en efectivo.		
Apreciación de la decoración de la tienda	El concesionario se encuentra ambientado con trofeos de diferentes campeonatos y un tablero con recortes de periódicos de los diferentes éxitos		

	que han logrado personas que compiten con motos Yamaha. Algunos clientes se ven interesados por observar estos objetos y leer algunos recortes mientras esperan ser atendidos o están realizando algún proceso de pago o entrega.
Comunicación telefónica con el concesionario	Los clientes llaman en algunas ocasiones después de realizar la compra para averiguar el estado de los trámites de tránsito y el alistamiento de su moto con la intención de poder tener su moto lo más pronto posible, a pesar de que en el punto de venta se le da una fecha específica para la entrega de la moto.
Entrega de la motocicleta	La entrega tiene una duración aproximada de 10 minutos, donde se le dan indicaciones al cliente sobre las revisiones y cuidados generales de la motocicleta. Los clientes se muestran muy felices de poder tener su moto y la mayoría arrancan rápido y emocionados
Conversaciones personales entre los clientes y las asesoras	Algunos de los clientes eran muy conocidos por los asesores, hablaban de temas personales como la familia, la venta de las motos que tenían, sobre el trabajo, entre otras; lo cual muestra satisfacción en el cliente al sentirse con la confianza y comodidad de hablar como si estuviera en casa de los amigos.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 15 - Observación concesionario Yamaha 2

MARCA:	Yamaha	FECHA:	11/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Yamaha Sports	HORA:	11:30a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 33 # 65-50	DURACIÓN:	2,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Parqueadero en Yamaha Sports	El concesionario cuenta con una zona de parqueadero para recibir a sus clientes, sin embargo, en ocasiones se encuentra una parte de este ocupada con productos exhibidos. La mayoría de los clientes llegaba en moto y estacionarse era sencillo para estos, pero en el caso de un cliente que llegó en su carro estuvo muy atento a revisar su carro durante toda la estadía en el concesionario.		
Entrada al concesionario	Los clientes normalmente entraban al concesionario, le daban un vistazo a toda la tienda y cuando identificaban la moto de su interés se dirigían hacia ella. Solo en el momento en que el cliente ya se encontraba observando la moto, se acercaba un asesor a saludarlo y ofrecerle su ayuda.		
Solución de las necesidades de los clientes	Los clientes llegan con una idea muy clara de lo que buscan y en que están interesados. En la mayoría de los casos, le informan al asesor que estuvieron revisando la página web de Yamaha, algunos blogs con comentarios sobre las motos, entre otras. Por lo tanto sus necesidades de información son muy pocas y lo que desean es poder interactuar con la moto y resolver algunas inquietudes.		
Preguntas e interacción con los asesores de venta	Los asesores de venta se muestran capacitados para responder preguntas sencillas que ocasionalmente hacen los clientes referentes a la ficha técnica		

	de la moto, pero cuando el cliente tiene un alto conocimiento sobre esta industria los asesores se muestran nerviosos al no poder dar respuesta a todas las inquietudes que plantea el cliente y usualmente se remiten a otro de los asesores para preguntarles. Los usuarios, aunque no se notan disgustados, tampoco quedan satisfechos con la información recibida. Algunos mencionaron que iban a averiguar sobre referencias de la moto y volvían después.
Pruebas de manejo	El concesionario no ofrece <i>test drive</i> a sus clientes. Los usuarios frecuentes de Yamaha Sports ya saben de esto y no le dan importancia. Sin embargo, algunos clientes preguntaron por este servicio y al conocer que no lo ofrecían se sintieron insatisfechos, uno de ellos mencionó que le hubiera gustado poderla probar para tomar la decisión con más seguridad.
Cotizaciones y asesoría financiera	A los usuarios se les entrega un volante con las principales especificaciones de cada una de las motos que ofrecen y al lado de la imagen de la moto en la que el cliente está interesado le registran toda la información, como precio, formas de pago, etc.
Decisión de compra y pago de la moto	El cliente que hizo el pago de la moto, lo hizo a través de una transferencia y financiando la moto con un banco externo diferente a la entidad del concesionario. La persona mencionó que él era el que había llamado el día anterior para confirmar el interés por la compra de la MT 09 y para solicitar que se la guardaran. El cliente se notaba bastante feliz y luego de hacer los trámites necesarios se quedó un tiempo en el concesionario observando la moto y conociendo detalladamente todas sus características.
Disponibilidad de motos	Durante el tiempo que estuvimos en el punto de venta varios clientes ingresaron preguntando por unas motocicletas específicas y el asesor le respondía que se encontraban agotadas desde la ensambladora y que aún no tenían fechas estimadas de cuándo podrían estar disponibles. Los clientes se retiraban del concesionario con aburrición y sin mostrar interés por ningún otro modelo.
Entrega de la moto	La entrega tiene una duración aproximada de 10 minutos, donde se le dan indicaciones al cliente sobre las revisiones y cuidados generales de la motocicleta. Los clientes se muestran muy felices de poder tener su moto y la mayoría arrancan rápido y emocionados

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 16 - Observación concesionario Honda 1

MARCA:	Honda	FECHA:	25/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Autoguayacan	HORA:	1:00p.m.
DIRECCIÓN:	Calle 24 Sur # 43A – 60	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Entrada al concesionario Autoguayacan en Envigado	Aunque el concesionario cuenta con amplios parqueaderos para sus visitantes, la entrada para poder empezar a observar las motos es compleja, ya que debe registrarse en la portería con un vigilante y luego tomar un ascensor al segundo piso. Varios clientes tomaron rutas equivocadas.		
Mal estado del techo de un edificio nuevo	Como el día de la visita estaba lloviendo, se notaba defectos en la construcción como goteras en el techo que mojaban el piso y dificultaban la circulación de los clientes. A estos no pareció importarles.		
Atención de los asesores comerciales en punto de venta.	Cuando el cliente salía del ascensor que lo llevaba al segundo piso el asesor de venta que lo viera lo atendía inmediatamente de forma amable, sin importar si iba a ver carros o motos. Pero en el momento que el cliente expresaba su interés por las motos le indicaban que solo un asesor comercial era el que manejaba este segmento y si estaba ocupado debía esperar que se desocupara, situación que molesto a aquellos que efectivamente les toco esperar.		
Conocimiento básico del asesor comercial.	El asesor encargado de las motos era un vendedor tradicional sin mucho conocimiento técnico, solo manejaba precios y las descripciones de la ficha técnica. Los clientes que por lo general son personas que tienen alto conocimiento del tema se veían frustrados al no poder discutir ni recibir consejos confiables por parte de alguien de la compañía.		
El concesionario no ofrece <i>Test drives</i> para las motos.	La mayoría de clientes preguntaron por la posibilidad de ensayar las motos antes de tomar una decisión, cosa que el concesionario no permitía por temas de seguridad, la excusa les molestaba más a los clientes que la misma situación de no poder testearla.		
Apoyo financiero por parte del concesionario.	El concesionario ofrece la posibilidad de financiación con el mismo Fabricante y no mediante ninguna institución bancaria, pero la mayoría de los clientes pagan de contado su moto o si se financian lo hacen por intermedio de otras entidades.		
Solicitud y Entrega de cotización.	Si era la primera visita del cliente al concesionario y le gustaba alguna moto solicitaba una cotización, la cual se le entregaba con el precio de contado o con el plan de financiación junto con un catálogo de todo el portafolio de motos que maneja Honda. Esto parecía agradarles a los clientes pues todos salieron viéndolo y comentándolo con su acompañante si es que habían ido con alguno.		
Pago de la moto y concertación de una fecha de entrega.	Después de que el cliente llevaba el certificado de consignación, le tocaba firmar una serie de papeles. Luego se concertaba la fecha de entrega de la moto, que por lo general era 3 días hábiles, pero si la moto no se encontraba en inventario en la ciudad se le daba la noticia al cliente de que le tocaría		

	esperar un poco más para traerla desde Cali, a lo cual el cliente no reaccionó con agrado y le toco al asesor darle las explicaciones necesarias.
Entrega de la moto	Al cliente se le entrega la moto no en el segundo piso, sino en el primero al lado del centro de servicio. Allí el asesor le da las instrucciones de uso y le explica los requisitos que debe cumplir para no perder la garantía, a lo cual el nuevo dueño parece no ponerle mucha atención por la ansiedad de salir en su nueva moto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 17 - Observación concesionario Honda 2

MARCA:	Honda	FECHA:	01/02/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Supermotos de Antioquia	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	Carrera 50 # 45 – 55 (Bello)	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Entrada al concesionario Supermotos de Antioquia en Bello.	Por su ubicación, es un concesionario cuyo surtido de motos corresponde a vehículos de menor desembolso, y son estas las que primero se ven al entrar al lugar ubicado por la autopista hacia Bello. El lugar es un poco desordenado pero a los clientes parecen no importarles.		
Atención al cliente por parte de los asesores comerciales.	Cada vez que ingresa un cliente es atendido por un asesor comercial (la mayoría son mujeres) de forma común y corriente. Estas le preguntan en que pueden ayudarle y así poder dirigirlos hacia donde está exhibido el producto. Los clientes que venían interesados en motos de alta cilindrada tenían mucho una decisión más clara de que producto era el que querían que aquellos que venían buscando una moto de gama baja.		
Primera vista de la motos e interacción con estas.	Cuando el cliente podía ver la moto se le notaba una sonrisa en la cara. Luego de mirarla de abajo hacia arriba y tocarle la carrocería y el motor se subía en ella para ver si su altura era la suficiente para manejar la moto.		
Preguntas a la asesora y solución de estas.	Además del precio, las preguntas del cliente tenían que ver con la garantía y facilidad de conseguir los repuestos a lo que las asesoras respondían que eso era lo que menos le tenía que preocupar ya que una marca como Honda siempre ofrecía un gran respaldo. Esto parecía solucionar la duda de los clientes, pues ninguno indagó más allá.		
Solicitud de cotización y explicación de formas de pago.	Los clientes al terminar de interactuar con la moto le solicitaban a las asesoras que si era posible les dieran una ficha técnica de la moto y en ella las formas de pago y en cuanto les quedarían las cuotas si decidían financiarse. Esto se les entregaba junto con una hoja con los documentos que debían traer para que el banco analizara la viabilidad de prestarles el dinero.		
Compra de la moto.	El cliente por lo general traía el recibo de la consignación de la plata y firmaba una serie de documentos. Después de esto se le decía que debía esperar de dos a tres días hábiles a que llegaran las placas y la matrícula a lo que normalmente el cliente respondía diciendo que igual el estaría llamando por si llegaba antes.		

Entrega de la moto.	Cuando el cliente llega por la moto, lo primero que hacen es dirigirlo a un mostrador donde le entregan todos los papeles, incluyendo manual de instrucciones, garantías y guía de centros de servicios. La asesora que le vendió la moto le explica los requisitos para no perder la garantía. Luego lo lleva a ver la moto, donde el cliente revisa que esté en perfectas condiciones. Por último le entregan el casco y el chaleco.
---------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 18 - Observación concesionario Suzuki 1

MARCA:	Suzuki	FECHA:	24/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Moto Test Diagnosticentro	HORA:	3:00p.m.
DIRECCIÓN:	Calle 10A #41A – 09	DURACIÓN:	3,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Parqueadero difícil en la zona.	Debido a su ubicación, el concesionario no cuenta con parqueaderos propios, sino que las personas deben estacionarse en la calle; esto causó que varios clientes pasaran varias veces intentando encontrar un sitio para parquear y al no encontrar se fueron y no volvieron.		
Entrada al concesionario y saludo.	Inmediatamente los clientes entraban eran saludados amablemente por la recepcionista, la cual les preguntaba en que se les podía ayudar; dependiendo de su necesidad esta les llamaba a quien les podría ayudar a solucionarla. La mayoría de clientes preguntaban por Juan Fernando, el dueño del local, para que el mismo los atendiera y los asesorara.		
Asesoramiento por parte del dueño y de los asesores comerciales.	A los clientes que tenían mayor probabilidad de adquirir una moto los atendía Juan Fernando y les daba una completa asesoría y quedaban muy satisfechos con sus consejos, mientras que a los demás clientes los atendían asesores comerciales con menos conocimientos. En situaciones clientes que no fueron atendidos por Juan Fernando preferían esperarlo.		
Interacción con las motos exhibidas.	A los clientes se les permite subirse sin ninguna restricción a las motos que están exhibidas para que la sientan y se vean en ella. Los clientes disfrutaban mucho este momento pues les hace sentir que están más cerca de tener la moto.		
Solicitud por parte del cliente para probar la moto en la que está interesado.	Cuando los clientes preguntaron si podían probar alguna de las motos en las que estaban interesados se les respondió que si en la mayoría de los casos, pero para esto debían solicitar una cita con anterioridad para poder que el concesionario alistara los documentos necesarios.		
Preguntas y conversaciones con los asesores.	La mayoría de clientes de este punto de venta son “heavy users” de motocicletas por lo que tienen un alto conocimiento de estas y sus preguntas hacia los asesores o Juan Fernando son muy informales y buscan más la aprobación de este último para comprar la moto ya que previamente han investigado.		

Solicitud de cotización y preguntas de financiación.	Cuando ya el cliente solicitaba una cotización si estaba siendo atendido por Juan Fernando este lo pasaba donde uno de los asesores, o si lo estaba atendiendo un asesor el mismo le contaba los planes de financiación que tenían en alianza con los bancos asociados. Cuando el cliente tenía preguntas más profundas de los planes de financiación le comunicaban a alguien del banco para que le explicara bien o programaran una cita.
Entrega de la moto con un día de retraso.	Al cliente se le entrego la moto un día después de lo pactado por un problema que se presentó con la matricula, esto hizo que el cliente no estuviera del mejor humor a pesar de que iba a estrenar moto. A causa de esta situación la entrega de la moto se le hizo de forma acelerada sin muchos detalles para que pudiera irse rápido a utilizar su moto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 19 - Observación concesionario Suzuki 2

MARCA:	Suzuki	FECHA:	11/01/2014
NOMBRE CONCESIONARIO:	Suzuki Motor de Colombia	HORA:	8:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 36 #46 – 44	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Ubicación en zona industrial y con dificultades para encontrar parqueadero.	La ubicación del concesionario en una zona industrial de la ciudad no permite que el flujo de clientes interesados en motos gama alta sea mucho. Los que asistieron interesados entraron rápidamente pues no habían encontrado un parqueadero adecuado para su vehículo y temían que se lo llevara la grúa.		
Ingreso al punto de venta y recepción por parte de uno de los asesores comerciales.	Cuando los clientes entran al concesionario son recibidos amablemente estrechándole la mano por uno de los asesores y preguntando acerca del motivo de su visita. La mayoría de los asesores comerciales eran mujeres.		
Pregunta por la posibilidad de ver las motos de alta cilindrada, específicamente una referencia.	La mayoría de motos que están en la entrada y que son las de mayor visibilidad son motos de gama media, por lo cual los clientes interesados en motos gama alta deben ser guiados a la parte donde se encuentran estas.		
Interacción con la moto y preguntas acerca de estas.	Los clientes se agachaban para mirar la moto y tocaban la carrocería de esta. Por lo general preguntaban cambios con relación al modelo anterior y nuevos precios, ya que como nos cuentan los asesores la mayoría de clientes gama alta vienen ya con un alto conocimiento de las motos.		
Solicitud de que si algún técnico podría asesorarle con algunas preguntas.	Los clientes que iban por segunda vez o estaban ya muy interesados en adquirir la moto siempre solicitaron la presencia de un técnico para hacerle algunas preguntas como posibilidad de adherirle algunos accesorios y la posibilidad de andar en ciertos tipos de terrenos con la moto en la que estaban interesados, facilidad que puede ofrecer este concesionario al tener un CSA en el mismo lugar. Los clientes agradecían mucho la presencia de esta persona para responderles las inquietudes.		

Cotización y formas de pago.	Los clientes interesados pedían que se les diera la cotización de la moto si se fuera a pagar de contado o financiada con el banco con el que tiene convenio el concesionario. Esta era entregada grapada junto con la ficha técnica de la moto, la cual los clientes salían revisando con gusto.
Entrega de la moto en el tiempo establecido.	La entrega de la moto se hizo a los dos días de haber recibido el pago por parte del cliente (como se había pactado con él); antes de que el cliente se pudiera llevar su moto se le explicaban las garantías y los manuales que traía esta. El cliente preguntaba que si todo lo que se le estaba diciendo estaba escrito en alguna parte como intentando evitar poner atención a lo que se le decía.

Tabla A 20 - Observación centro de servicio Auteco KTM

MARCA:	Auteco – KTM	FECHA:	18/01/2014
NOMBRE CSA:	R2R Bikes	HORA:	9:00 pm
DIRECCIÓN:	Calle 10A # 36-54	DURACIÓN:	4 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Solicitud de cita para la revisión	Los clientes usualmente solicitan vía telefónica una cita para realizarle la revisión de kilometraje a la motocicleta, pues así pueden asegurar disponibilidad en el CSA. En esta llamada se le informa al cliente el valor aproximado de la revisión y el costo de los insumos. Para el caso de los clientes que llevan su moto para una garantía, normalmente llevan su moto en el mismo momento que se presenta la falla y no solicitan cita.		
Entrada al CSA	Los clientes ingresan a R2R Bikes por el la entrada del CSA e inmediatamente son recibidos por el Jefe de Taller, quien los saluda y les brinda su servicio y además les ofrece un vaso con agua al igual que se hace con los clientes que ingresan por el concesionario. El cliente expresa su motivo de visita (revisión o garantía) y se le hace tomar asiento mientras se le puede atender.		
Instalaciones del CSA	Los puestos de trabajo de este taller son en un espacio abierto, por lo tanto los clientes pueden ver los procedimientos que se le hacen a sus vehículos desde una banda separadora que evita que los clientes ingresen directamente a las rampas de trabajo de los técnicos. Las instalaciones del CSA R2R Bikes son muy agradables para los clientes, pues pueden visitar el concesionario, mirar accesorios y observar los procedimientos que le hacen a su moto mientras la están revisando.		
Orden de trabajo y recepción	En el caso de la revisión, cuando llega la hora de la cita, el jefe de taller en compañía del cliente se dirigen hacia la moto para hacer todo el proceso de recepción y orden de trabajo. En este momento el Jefe pide al cliente: los		

	<p>datos de la motocicleta (número de motor, número de chasis, placa, color, referencia de la moto, kilometraje y número de revisión), los datos de contacto (como nombre, cédula, teléfono, dirección, e-mail, etc.) y descripción del estado de la moto; además se registra la cotización del procedimiento a realizar y las observaciones adicionales.</p> <p>Para el caso de las motos que entran por garantías, el jefe de taller indaga los inconvenientes que está presentando la motocicleta y le hace preguntas al cliente para tratar de identificar posibles causas, posteriormente el procedimiento de registro de orden de trabajo es muy similar al de las revisiones, la diferencia radica en que la descripción es más detallada.</p>
Indicaciones al cliente sobre los pasos a seguir	<p>Para los clientes que ingresan su moto por garantía, se les indica que se va a hacer un diagnóstico a la moto y si es necesario se solicitará una garantía a la ensambladora para reparar la motocicleta. Se les explica que tan pronto se tenga un diagnóstico correcto se comunicarán con él para informarle los procedimientos a seguir y la posible fecha de entrega.</p> <p>Al cliente que lleva su moto para la revisión, únicamente se le informa la fecha y hora en la que puede recoger su motocicleta.</p>
Contactos entre el cliente y el CSA mientras la moto se encuentra en reparaciones por garantía	<p>Durante el proceso de garantía, desde el CSA se comunican con el cliente para informarle sobre lo que se está haciendo, los tiempos aproximados y los costos que deberá asumir el cliente. De igual forma, el cliente frecuentemente se comunica con el CSA para preguntar por el estado de su vehículo. Esta comunicación constante hace que el cliente se sienta más tranquilo y conozca todos los detalles de lo que se está haciendo con su moto.</p>
Llegada del cliente al CSA y entrega de su motocicleta	<p>Cuando el cliente llega al CSA a recoger su moto el Jefe de Taller lo recibe cordialmente y le indica todos los procedimientos y posibles intervenciones que se le hicieron a su moto, ya sea por revisiones o por garantías. Posteriormente se le hace entrega de la moto y el cliente usualmente se cerciora de que todo este correcto.</p> <p>En este momento para el cliente es muy importante ver su motocicleta limpia y organizada, por lo tanto en este CSA la moto se entrega lavada.</p>
Registro en la orden de trabajo y procedimientos de pagos	<p>El jefe de taller termina de registrar en la orden de trabajo los procedimientos que se le realizaron a la moto y si existe algún cobro que se deba hacer también se especifica en el formato. Una copia de la orden de trabajo es entregada al cliente como constancia de la revisión o garantía que se le hizo al vehículo.</p>
Salida del cliente del CSA con su moto	<p>Finalmente y después de haber hecho los pagos respectivos el cliente se sube a su motocicleta y se va. En este momento el cliente muestra mucha satisfacción de tener nuevamente su moto en perfectas condiciones.</p>

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 21 - Observación centro de servicio Auteco Kawasaki

MARCA:	Auteco - Kawasaki	FECHA:	31/01/2014
NOMBRE CSA:	Moto Sports	HORA:	3:00 pm
DIRECCIÓN:	Carrera 41A # 10 - 54	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Solicitud de cita para la revisión	Los clientes usualmente solicitan vía telefónica una cita para realizarle la revisión de kilometraje a la motocicleta, pues así pueden asegurar disponibilidad en el CSA. En esta llamada se le informa al cliente el valor aproximado de la revisión y el costo de los insumos. Para el caso de los clientes que llevan su moto para una garantía, normalmente llevan su moto en el momento que se presenta la falla y no solicitan cita.		
Llegada y Entrada al CSA Moto Sports	El CSA está ubicado al frente de la competencia (Suzuki), cuenta con fácil acceso y zona de parqueo para motos en parquímetros autorizados. Todos los clientes que llegaron no tuvieron ningún tipo de problema para ubicar su moto en un lugar antes de que fueran atendidos.		
Saludo inicial y recibimiento del cliente	El cliente llega e inmediatamente es atendido por el dueño del establecimiento y a su vez jefe de taller (conocido como "J"), quién los saludaba amablemente y les ofrece su servicio. El usuario menciona que tiene una cita de revisión o le expresa la falla que presenta la moto para que sea atendida por garantía. "J" le ofrece sentarse mientras llega la hora de la cita y se le puede realizar la recepción de la motocicleta.		
Recepción y orden de entrada de la motocicleta	Este momento es totalmente igual tanto para los clientes que van por revisión como para los que van por una reparación. El jefe de taller es el encargado de la recepción de la motocicleta y de llenar la orden de entrada en presencia del cliente. En la orden de trabajo se registra los datos de contacto del cliente, la información de identificación de la motocicleta, la descripción que el cliente da de los defectos que pueda presentar la moto, la cotización del trabajo que se va a realizar en la moto y las observaciones. Este documento debe ir firmado por el cliente para que tenga validez. En este momento el cliente puede no sentirse a gusto, pues usualmente el proceso toma su cliente y él desean irse pronto, sin embargo el cliente queda satisfecho después de saber que todo quedó claramente especificado en la orden.		
Indicaciones de fecha y hora de entrega	Luego de finalizar la orden de entrada "J" informa a sus clientes una fecha y hora de entrega de la motocicleta, aclarando que si se presenta algún inconveniente o se detecta alguna falla se contactarán para informarle una nueva fecha. En el caso de las motocicletas que ingresan por garantía aunque se informa una fecha aproximada de entrega, es más común que se defina esta luego de haber hecho el diagnóstico inicial, por lo cual la fecha se informa vía telefónica después de haber diagnosticado el inconveniente de la moto.		
Diagnóstico inicial de la motocicleta	Cuando la motocicleta ingresa por garantía, el dueño ("J") le informa al cliente que se le va a hacer un diagnóstico a la motocicleta y que en cuanto		

	se tenga identificado el inconveniente se comunicarán con él para comentarle cuales son los inconvenientes y que intervenciones se le van a realizar. También se le indica la fecha de entrega y si las piezas se van a pedir por garantía o las debe asumir el cliente por ser piezas de desgaste o por no haber cumplido alguna de las condiciones de la garantía.
Tiempo de espera de la moto	Algunos usuarios insinúan quererse quedar esperando su moto cuando la revisión puede tardar poco tiempo. Aunque sucede pocas veces, los clientes pueden esperarla en las sillas del escritorio de "J".
Acompañamiento al cliente durante el tiempo del proceso de garantía	A los clientes que llevan su moto por garantía se les hace un acompañamiento durante el proceso, donde se contactan con el cliente para informarle sobre la falla que presenta la moto y la solicitud de la garantía que se hace a Auteco, posteriormente se le avisa al cliente cuando la garantía es aprobada y en caso de que se deba pedir un repuesto a la ensambladora se deben esperar unos días para que el repuesto llegue al CSA. Cuando finalmente se instala el o los repuestos y se tiene la moto en perfectas condiciones se contactan nuevamente con el cliente para informarle que puede pasar a recogerla.
Seguimiento por parte del cliente del estado de su vehículo	En ocasiones el cliente contacta al CSA durante el proceso para averiguar el estado de su moto. Esto ocurre con mayor frecuencia en los casos de garantía.
Llegada del cliente a recoger la moto cumpliendo la fecha establecida	Cuando el cliente llega a recoger la moto, nuevamente es atendido por "J", quien lo saluda cordialmente y lo hace sentar para hacerle la entrega de su moto. Inicialmente le hace entrega de la orden de trabajo con la especificación de lo que se le hizo a la moto y el valor a pagar discriminado. Posteriormente se le explica al cliente que intervenciones se le hicieron al vehículo y las posibles fallas encontradas y solucionadas.
Registro en el cupón de revisiones del manual del propietario	El cliente hace entrega del manual del propietario y "J" llena el cupón de la revisión correspondiente que garantiza que determinada revisión fue realizada.
Entrega de la moto	La moto la ubican a la entrada del CSA y se le hace entrega al cliente con la moto lavada y limpia, si es necesario se le explica a la persona los procedimientos realizados mostrándole con exactitud las partes de la moto.
Entrega de la orden de entrada (orden de trabajo)	Al cliente se le hace entrega de la orden de entrada y este es el comprobante de que el cliente recibe a conformidad su moto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 22 - Observación centro de servicio Yamaha 1

MARCA:	Yamaha	FECHA:	21/02/2014
NOMBRE CSA:	Moto Work	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 10B # 35-50	DURACIÓN:	3.5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Entrada al CSA Moto Work.	El Centro de servicio cuenta con un espacio adecuado para permitir que se parqueen algunas motos y no queda en una vía principal, lo cual facilita el parqueadero para las personas que vienen por garantía o a cumplir con la revisión de sus motos.		
Asignación de cita para revisión de kilometraje.	Vía telefónica, el cliente que quiere realizar una revisión de kilometraje debe solicitar una cita para que se le indique el día y la hora en la cual se le recibirá la moto. Por lo general el cliente llama a solicitar la cita con afán pues se encuentra a punto de cumplir el límite máximo en que debería cumplir con este requisito; agradecen mucho cuando se les otorga una cita rápidamente.		
Recepción de la moto por parte del jefe de taller.	Sin importar si la moto va a entrar al taller por garantía o simplemente por revisión de kilometraje, el jefe de taller es quien recibe la moto. Este realiza un diagnóstico inicial y le indica el posible costo a la persona (insumos y mano de obra para la revisión del kilometraje). Luego de esto, se toma nota de los imperfectos que tiene la moto para que ingrese al taller y este no deba hacerse responsable por estos.		
Entrega de formato de recepción.	Cuando el cliente aprueba todo, ambas partes firman un formato en el que queda constancia de que se aceptaron los términos y procedimientos a realizar en la moto.		
Lugar y tiempo de espera de la moto.	Dependiendo del diagnóstico inicial muchos clientes prefieren esperar la moto en la sala del concesionario de Moto Work o en uno de los cafés que quedan cerca. Si los clientes permanecen allí por lo general hablan de sus experiencias con la moto ya sea con uno de los asesores comerciales o con uno de los técnicos del taller.		
Seguimiento del estado de la moto.	Cuando una moto ingresa por garantía el cliente y el CSA establecen una relación más estrecha donde existe una comunicación continua, ya que el cliente llama a conocer el estado de su moto y el CSA también se contacta con él para indicarle los procedimientos, los costos y repuestos que se utilizarán.		
Llegada del cliente a recoger la moto.	Previamente el cliente había recibido una llamada en la que se le avisaba que su moto estaba lista para ser recogida. Cuando el cliente ingresa nuevamente al CSA a reclamar su moto se le solicita el formato de entrada que se había firmado previamente para poder identificar su moto y poder entregársela.		

Revisión final de la moto por parte del cliente y del jefe de taller.	Cuando la moto es puesta al frente del cliente, este revisa por todos los lados que este en buenas condiciones y no haya sido maltratada. Además escucha atentamente a la persona del taller, la cual le explica paso a paso que procedimiento se le hizo y en caso de garantía, que partes fueron reparadas y cuales cambiadas en su totalidad.
Firma de orden de salida.	Cuando se finaliza la revisión, se le solicita al cliente que firme una nueva forma en la que se da por concluido el proceso. En caso de que la visita haya sido por revisión de kilometraje, vuelve y se le recuerda al cliente el nuevo límite de recorrido en el cual debe volver a traer la moto a revisión.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 23 - Observación centro de servicio Yamaha 2

MARCA:	Yamaha	FECHA:	15/02/14
NOMBRE CSA:	Incolmotos	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	CL 37 #45-65	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Entrada al CSA Incolmotos Yamaha en San Diego.	El Centro de servicio no tiene parqueadero para sus visitantes, solamente una rampa de entrada para las motos que van a ser atendidas. El tema afecta mucho más a los clientes que llegan a visitar el concesionario, pues funcionan en esta misma parte los dos tipos de negocio.		
Asignación de cita para revisión.	El cliente que debe realizar una revisión de kilometraje tiene que solicitar vía telefónica una cita, para que se le asigne el día y la hora en la que se le recibirá el vehículo. Para los clientes de motos gama alta, al tener una parte del taller especializada en este segmento, es más fácil y ágil la consecución de la cita.		
Recepción de la moto por parte del CSA.	Cuando los clientes llegan con la moto, se encuentran con un puesto de control, donde un empleado del CSA es el encargado del primer contacto con el cliente. Este verifica en su computador la cita y realiza el formato de entrada de la moto, en el cual registra el estado actual de la moto y el motivo de la visita. Si el motivo de la visita es debido a una reparación por garantía, la mayoría de ocasiones se llamó a un técnico del taller para que diera una primera opinión, ya que en algunas ocasiones los problemas se presentaban con piezas de desgaste que no cubre la garantía.		
Lugar y tiempo de espera de la moto.	Dependiendo del tiempo de espera que se le comunicaba a los clientes, algunos decidían esperar, ya que el CSA ofrece un espacioso corredor con cómodos muebles y grandes televisores; además este espacio es el que comunica el CSA con la sala de ventas del concesionario y cuenta con un vidrio que permite observar todo el taller, ya que algunos clientes les gusta observar detalladamente todos los procesos que se le realizan a sus moto.		
Seguimiento del estado de la moto.	Cuando la moto entra por garantía, el CSA mantiene contacto continuo con el cliente, mediante el cual le va contando todo el proceso que se le ha		

	realizado a su moto y el estado de los repuestos que fueron necesarios solicitar.
Llegada del cliente a recoger la moto.	El CSA le comunica a su cliente que ya está lista la moto para recogerla y le recuerda llevar la orden de entrada para poder responderle en cualquier situación anómala que se presente. La moto es entregada por el técnico que realizó la revisión o reparación, ya que aprovecha el momento y le cuenta al cliente todos los procesos que se le realizaron al vehículo.
Revisión final de la moto.	Después de escuchar al técnico, el cliente revisa su moto con detalle y realiza las preguntas que le surgen. Si todo está "OK" para el cliente, este se dirige hacia la caja si le corresponde pagar algunos insumos.
Salida del CSA.	Luego de pagar y recibir la factura, se le entrega una orden de salida con los detalles de lo realizado. En caso de ser por garantía o cambio de repuestos se le hace entrega de los anteriores y del documento equivalente a la garantía de los nuevos. A continuación el cliente se retira del CSA.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 24 - Observación centro de servicio Honda 1

MARCA:	Honda	FECHA:	08/02/2014
NOMBRE CSA:	Supermotos de Medellín	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 37 # 51-18	DURACIÓN:	2,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Llegada y entrada al CSA.	El CSA cuenta con dos accesos, el primero que está comunicado con el concesionario y el segundo, que es el principal, queda por la parte de atrás. Este último es el más utilizado por los clientes ya que por este lado el CSA cuenta con un acceso más amplio y con parquímetros en la parte exterior.		
Cita previa a la revisión por kilometraje.	Debido a su ubicación estratégica el CSA tiene un alto flujo de motocicletas, por lo cual todas las personas que llegaban con su moto para una revisión, independiente del cilindraje, debían tener una cita asignada con anterioridad. Esta cita por lo general es asignada vía telefónica.		
Recepción de la moto por parte del CSA.	El taller cuenta con personal que es el encargado de la recepción de los vehículos. Cualquiera de ellos atiende al cliente que llega, sin importar si es por garantía o tiene una cita programada para revisión de kilometraje. Esta persona se encarga de llenar un formato en el cual registra el estado actual de la moto (físicamente, cuanta gasolina tiene y el kilometraje con la que fue entregada). En caso de que el cliente se haya acercado por garantía la persona escucha que le está sucediendo a la moto y completa un formato con la misma información anterior más las observaciones del problema.		
Coordinación de fecha y hora de entrega.	Dependiendo del flujo de vehículos en el taller, cuando es para revisión por kilometraje, se le puede entregar la moto el mismo día. Y si es por garantía, dependiendo del problema se le da una fecha de entrega, pero se le hace la aclaración de que se estarán contactando con él vía telefónica para avisarle		

	si la entrega se le puede hacer antes o un poco después si existe algún problema con los repuestos necesarios.
Entrega de copia de formato de entrada.	Cuando se ha acordado la fecha de entrega, el encargado le da al cliente una copia del formato de entrada de la moto, el cual le pide que traiga nuevamente el día de la entrega de la moto.
Llegada a recoger la moto por parte del cliente.	Previamente se ha contactado al cliente para avisarle que su moto se encuentra lista. Este llega y es recibido por cualquiera de los encargados, los cuales le solicitan el documento que se le entregó al momento de dejar su moto. Cuando la moto es traída por alguien del personal del taller, la persona que está atendiendo al cliente le explica los arreglos que se le hicieron, por lo general es entregada por la persona que hizo las reparaciones. Si fue traída por garantía, se le explica más detalladamente y se le devuelven los repuestos cambiados y se le da un espacio para revise que todo ya se encuentra en perfectas condiciones y le indican si debe pagar algo o no.
Entrega de la moto.	El cliente revisa la moto detalladamente, luego de que se cerciora que todo está bien, firma una orden de salida y se dirige a la caja a pagar si es que le corresponde. Luego, le muestra al encargado el recibo de pago y este le da la salida para que pueda irse nuevamente en su moto.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 25 - Observación centro de servicio Honda 2

MARCA:	Honda	FECHA:	22/02/2014
NOMBRE CSA:	Supermotos de Medellín	HORA:	9:00a.m.
DIRECCIÓN:	CRA 46 # 37-17	DURACIÓN:	2,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Llegada al CSA.	El CSA cuenta con pocos parqueaderos y además son compartidos con el concesionario de la marca y otros concesionarios de vehículos.		
Cita para la revisión por kilometraje.	Para que un cliente sea atendido para su revisión periódica de kilometraje debe haber solicitado una cita previa con el taller vía telefónica, allí se le da el día y la hora a la que puede llevar su moto.		
Recepción de la moto por parte del CSA.	La moto es recibida por una persona encargada del taller que se ocupa de llenar el formato de entrada que consiste en el estado actual de la moto y las observaciones que haga el cliente, ya sea por revisión o que problema está presentando para que este reclamando pro garantía.		
Definición fecha y hora de entrega.	Dependiendo de la hora a la que haya sido llevada la moto y el motivo por cual se está visitan el CSA se coordina la fecha de entrega. Si por una revisión y la moto fue entregada temprano en la mañana, el mismo día por la tarde acuerdan la entrega; pero si es por garantía se le avisa al cliente que apenas tengan un diagnóstico inicial se comunicaran con él para coordinar la fecha de entrega.		

Entrega formato de entrada.	Cuando se ha acordado la fecha de entrega, el encargado le da al cliente una copia del formato de entrada de la moto, el cual le pide que traiga nuevamente el día de la entrega de la moto.
Permiso para proceder.	Cuando los técnicos encuentran algo fuera de lo común, llaman al cliente y le cuenta la situación y le solicitan permiso para proceder con el arreglo y si está dispuesto a asumir los costos. Por lo general se le ofrecen varias opciones.
Llegada a recoger la moto por parte del cliente.	Cuando la moto esta lista para ser entregada al cliente, se le llama para avisarle. Acuerdan una hora aproximada para la entrega y se le avisa el costo total, si es que hubo la necesidad de utilizar algún insumo que no cubría la revisión o garantía. El cliente entra y entrega su formato y espera a que le traigan su moto.
Entrega de la moto.	El cliente mira su moto y revisa que todo esté bien. La enciende, escucha su sonido y le hace una prueba de ruta corta. Si todo está bien paga lo que debe si es necesario y se retira.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 26 - Observación centro de servicio Suzuki 1

MARCA:	Suzuki	FECHA:	24/01/2014
NOMBRE CSA :	Moto Test Diagnosticentro	HORA:	3:00 pm
DIRECCIÓN:	Calle 10A #41A – 09	DURACIÓN:	3,5 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Solicitud de cita para revisión por kilometraje.	Los clientes deben solicitar antes de ir a llevar su moto una cita en las que les indican día y hora en que deben llevar su moto. Por lo general por tratarse de motos de una baja rotación las citas son fáciles de conseguir y si el cliente lo desea el mismo día se le puede asignar la cita.		
Llegada con la moto al CSA.	Está ubicado al frente de su competencia directa, Moto Sports, CSA autorizado de la marca Kawasaki. Ambos comparten los mismos parqueaderos, en los cuales los clientes deben ubicar mientras son atendidos. El CSA está ubicado en el segundo piso.		
Recepción de la moto por parte del CSA.	Por lo general los clientes que llegan ya sea por garantía o por revisión de kilometraje buscan al administrador del CSA y concesionario. Este los atiende amablemente solicitando que le expliquen el motivo de su visita. Si el motivo de la visita es revisión de kilometraje, se revisa que si tiene el kilometraje adecuado y se llena un formato donde se indican las condiciones actuales de la moto para poder dar inicio a la revisión. Si se trata de garantía, el administrador Juan Fernando prueba la moto y verifica que el problema exista; luego de comprobar esto le explica al cliente la que puede estarle sucediendo a la moto y le da un tiempo aproximado de duración del proceso. En este caso también se llena un formato con las		

	<p>mismas especificaciones del anterior, solo que en observaciones se explica el problema que está presentando.</p> <p>Luego de completado este proceso, en los dos casos, la moto es subida por un malacate al segundo piso.</p>
Tiempo de espera del cliente.	Dependiendo del flujo de motos en el taller y de lo grave que sea el problema, algunos clientes deciden esperar su moto. Estos esperan en las sillas ubicadas en el concesionario o van al Parque Lleras para evitar tener que volver más tarde por su vehículo.
Llegada nuevamente del cliente al CSA.	Cuando al cliente se le ha avisado de que puede recoger su moto, este se acerca nuevamente al CSA, donde Juan Fernando lo recibe y ordena que le bajen su moto del taller si es que ya no se encuentra abajo con las motos del concesionario.
Entrega de la moto al cliente.	Cuando el cliente ve por primera vez su moto, este la mira detalladamente y se sube a ella para asegurarse que la comodidad en esta no haya cambiado. Luego Juan Fernando le explica los arreglos que se le hicieron a la moto o en caso de revisión por kilometraje, este le indica en que momento debe traerla nuevamente y si la próxima vez tendrá algún costo.
Autorización de salida de la moto.	Para que el cliente pueda llevarse la moto, este debe firmar la forma de salida, donde certifica que recibe a conformidad la motocicleta y que se le realizó la revisión de determinado kilometraje.

Fuente: Elaboración propia

Tabla A 27 - Observación centro de servicio Suzuki 2

MARCA:	Suzuki	FECHA:	11/01/2014
NOMBRE CSA:	Suzuki Motor de Colombia	HORA:	8:00a.m.
DIRECCIÓN:	Calle 36 #46 – 44	DURACIÓN:	3 horas
OBSERVADOR:	Natalia Vargas y Sebastián Montoya		
Momento Identificado	Descripción del momento de verdad		
Llegada y entrada al CSA.	La ubicación del concesionario en una zona industrial hace que sea muy difícil encontrar parqueadero a las afueras, pero el CSA cuenta con un acceso amplio para sus clientes donde pueden esperar a ser atendidos con su moto sin ningún problema. Adentro del CSA queda también ubicado un almacén de repuestos para el público en general. Este acceso se encuentra al lado del concesionario que corresponde al mismo nombre.		
Cita previa a la revisión por kilometraje.	Cuando las personas llevan su moto para una revisión periódica de kilometraje, deben asistir con una cita previamente asignada, aunque algunos clientes gama alta pudieron dejar su moto para revisión sin este requisito, debido a que el flujo de este segmento de motos es menor y la confianza con los técnicos encargados es mayor.		
Recepción de la moto por parte del CSA.	El taller cuenta con una persona detrás del mostrador encargado del primer acercamiento con los clientes. A esta persona el cliente le indica si se viene por una revisión periódica o venía a por algún problema que		

	consideraba, debía cubrir la garantía. Luego era recibida por uno de los técnicos, el cual llenaba un formato, independiente si venia por una situación o la otra, la diferencia estaba en que si era por garantía se anotaban las observaciones que manifestaba el cliente.
Coordinación de fecha y hora de entrega.	A los clientes que llevaron su moto a una revisión por kilometraje temprano en la mañana, se les indicaba que al finalizar la jornada se los podía entregar la moto lista. Pero cuando el cliente asistía con problemas por garantía le daban una fecha estimada de entrega, pero le advertían que esta podía variar dependiendo del diagnóstico realizado y la disponibilidad de repuestos.
Entrega de copia de formato de entrada.	Al acordar fecha de entrega y medios de contacto, al cliente se le entrega el formato de entrada, en donde están los datos del estado actual de la moto. Se le recuerda al cliente que lo debe traer para la entrega de la moto.
Estadía en el CSA.	El CSA cuenta con unas sillas para que los clientes que deseen esperar su moto lo puedan hacer y puedan a través de un vidrio observar el trabajo que le hacen a las motocicletas. Las pocas personas que pudieron esperar se mostraron a gusto al poder observar lo que le hacían a su moto.
Llegada a recoger la moto por parte del cliente.	Al cliente se le contacta previamente para avisarle que su moto estaba lista y podía pasar a recogerla. Este llega al concesionario y es recibido nuevamente por la persona en el mostrador, al cual le hace entrega de la orden de entrada. La persona a cargo avisa para que traigan la moto, la cual es entregada por lo general por el técnico que le realizó el mantenimiento o las reparaciones.
Entrega de la moto.	El cliente revisa la moto detalladamente, especialmente cuando se le está entregando después de una reparación por garantía, en algunos casos se le realiza una prueba de ruta para que el cliente se pueda ir tranquilo. Luego de cerciorarse de que todo está bien, el cliente procede a pagar si es que corresponde, allí le dan la orden de salida y procede a retirarse del lugar.

Fuente: Elaboración propia

Los momentos de verdad identificados con los nombre de solicitudes de citas y comunicación telefónica entre el cliente y el CSA, fueron complementados por el personal del taller, los cuales fueron interrogados al final de la observación. Pues, aunque se identificaron diferentes llamadas entrantes y de salida por parte del personal, se quiso indagar los motivos de estas llamadas.

ANEXO 5 - TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Entrevistado	Daniel Gómez (D)	Fecha	03/03/2014
Entrevistador	Natalia Vargas Arboleda (N)	Hora	7:00p.m.
Lugar	Estación de gasolina ZEUSS "De los Ochoa"	Duración	53 min
Marca	Kawasaki – Auteco	Referencia	Versys 1000

N: Bueno, buenas noches estamos con Daniel Gómez, vamos a hacer una entrevista con él. ¿Cómo estás Daniel?

D: Bien, gracias

N: Bueno, te cuento más o menos para qué es la entrevista, estamos haciendo un trabajo de grado sobre el ciclo de servicio de las motocicletas gama alta que las comercializan las ensambladoras que hay en Colombia, osea Yamaha, Suzuki, Honda y Auteco que es Kawasaki y KTM. Entonces primero una información general de ti para después empezar las preguntas en detalle, la idea es que conozcamos todo el proceso que tú has vivido con tu moto, desde que empezaste a buscar una moto hasta que la compraste y luego pues el uso que le has dado y conocer en general como te ha ido con tu moto. Entonces primero cuéntanos un poquito de ti, pues que haces, dónde vives.

D: Bueno en este momento soy ingeniero civil de la Escuela, me gradué en diciembre de 2013 y estoy buscando trabajo en el momento, vivo aquí en el Poblado y por ahora estoy trabajando en la oficina de mi papá.

N: Ah listo muy bien. ¿Qué moto tienes?

D: Una Kawasaki Versys 1000

N: Listo y ¿es modelo qué?

D: Es modelo 2012

N: ¿Desde hace cuánto manejas tu moto?

D: ¿Esta que tengo en este momento?

N: No, ¿desde hace cuánto manejas moto?

D: Hace unos 10, 12 años

N: ¿Qué otras motos has tenido antes de esta que tienes actualmente?

D: La primera que tuve fue una GP1 marca UM, una moto china pero la distribuye una empresa americana acá, es tipo scooter algo parecido a una BWS. Después tuve una Pulsar 180 Auteco pues Bajaj, después una Versys 650 y ahora esta Versys 1000.

N: Ah listo súper bien, ¿Para qué usas tu moto?

D: La moto la uso para el día a día, universidad, vueltas, cualquier cosa que tenga que hacer la hago en la moto.

N: Por ejemplo ¿la usas también de diversión, para irte a pasear a algún lado?

D: Claro, cada que se puede la vuelta a oriente o a un paseo más grande, pues Santa Rosa, Manizales, los fines de semana sobretodo

N: ¿Esos paseos los haces con quién?

D: Principalmente con amigos con motos de alto cilindraje también, o con mis papás pero eso si es sobre todo a Llano Grande.

N: ¿Tus papás también tienen moto?

D: Sí, tienen una Yamaha 900

N: ¿Dónde compraste esta moto?

D: Esta la compré en Kawasaki de la 10A

N: ¿Por qué compraste esta moto y no otra? Pues, ¿qué es lo que te llama la atención de esta moto?

D: Pues haber, cuando yo vendí la 650 ya había tenido la experiencia con Kawasaki, me gustó mucho, los repuestos son relativamente económicos comparado con las otras motos de alto cilindraje, pero principalmente iba a comprar una Triumph, es una moto inglesa, apenas está entrando, pues no apenas, hace unos tres años entró aquí a Medellín, el problema de la moto es que no está muy bien agenciada entonces según el presupuesto estuve buscando otras motos y esta fue la que encontré, la que más se acomodó.

N: Listo. ¿A cuántas revisiones has llevado tu moto?

D: Revisiones de garantía cuatro

N: Listo, antes de comprar esta moto, ¿dónde estuviste explorando para tomar la decisión?

D: Estuve como te dije en Triumph, en BMW y en Yamaha

N: Y aparte de ir a los concesionarios ¿por dónde más buscas información, en redes sociales, en blogs, en páginas?

D: Sí, principalmente en blogs y en Youtube que se encuentran muchas comparaciones entre las diferentes motos

N: Y de pronto de tus amigos, ¿referencias?

D: No, la moto cuando yo la compré era la tercera que se vendía acá en Medellín entonces no había mucha referencia de la moto

N: ¿qué encuentras en los blogs, qué te gusta de los blogs?

D: En los blogs la ventaja que hay es que se comparan las motos que la gente ha tenido, pues siempre hay muchas comparaciones, se habla mucho del desempeño, del consumo de gasolina sobre todo, el precio de los repuestos es muy relativo porque los foros pues generalmente son internacionales y hay gente que habla desde Europa o aquí mismo Latino América, entonces no, principalmente el desempeño y la comparación con otras motos que son más conocidas.

N: Y ¿qué fue lo más definitivo para ti para escoger la moto, cuando fuiste al concesionario o cuando leíste en blogs o viste en Youtube?

D: La prueba de ruta en el concesionario, pues definitivamente hay que manejarla para tomar la decisión creo yo.

N: ¿en los otros concesionarios que estuviste también hiciste prueba de ruta?

D: No, solo hice ruta de prueba en esta, porque en Truimph como te dije es una marca relativamente nueva y la única moto disponible para ruta de prueba estaba en Bogotá, entonces no tenían la posibilidad de hacer prueba de ruta. Yamaha no me gustó mucho, pues no la manejé en el concesionario si no por medio de un amigo y BMW tampoco la hice.

N: ¿Por qué compraste la moto en Kawasaki la 10?

D: Porque es la única que distribuye alto cilindraje aquí en Medellín

N: Ya me contaste entonces que visitaste cuatro concesionarios, ¿cierto?

D: Sí

N: Y de pronto, ¿Cómo era este concesionario de Kawasaki y como eran los otros concesionarios?, pues como una descripción más o menos de la atención y de todas las cosas que también te ayudaron a tomar la decisión

D: Digamos que Daniel el gerente de Kawasaki es una persona que ha estado muy cerca a toda la parte pública, a las relaciones públicas, tiene un programa en Telemedellín y es corredor, entonces es una persona que desde que uno llega al concesionario y uno muestra interés, él se dedica a atenderlo a uno, no necesariamente los vendedores, digamos que los vendedores hacen el primer acercamiento pero de ahí en adelante es él el que interactúa con uno

N: ¿Para ti qué tan importante es que un concesionario tenga un buen parqueadero o pues que quede ubicado en un buen sitio para acceder a él, o eso no te influye?

D: No, no le veo mucho problema

N: Si Kawasaki quedara en el centro, ¿no habría problema?

D: No, no habría problema, pues uno preferiría que quedara en el sector del poblado que digamos es más seguro pues, pero no hay problema

N: ¿cómo te pareció la ambientación en el punto de venta, las instalaciones en general?

D: Muy bien, tiene varias motos en exhibición, de pronto les falta un poquito en accesorios, pero en general muy bien

N: Y ¿Cómo eran?, ¿me puedes describir más o menos como era el concesionario?

D: Pues digamos que las motos tienen algo muy pequeño, pues tienen un espacio muy pequeño, tienen muchas motos, el local es pequeño entonces es difícil uno rodearlas, verlas por debajo, darle la vuelta pues y no lo que digo que falta un poquito más de accesorios para que de pronto llenen las paredes y no tanto calcomanías o posters que ponen ahí

N: Bueno ahora hablemos un poquito de los asesores comerciales, me mencionabas que Daniel era el que los atendía, ¿él es el administrador?

D: Sí, el gerente

N: Pero ¿también te atendieron los asesores de venta?

D: Si, ellos hacen un acercamiento inicial y ya cuando, pues creo yo, uno muestra un interés muy fuerte por la moto, Daniel el gerente es el que se encarga de ahí en adelante

N: Y ¿Cómo te pareció el trato que te daban, pues la atención que te daban los asesores y Daniel también?

D: Digamos que la comparación pues si hay una diferencia muy grande, yo creo que Daniel por ser precisamente un gerente tiene la capacidad de acercarse a uno de otra manera, es alguien más, no sé, más cálido, te saluda mejor, te sonríe, es una persona que se esfuerza pues como por entenderse con uno bien

N: Y ¿eso no lo viste en los otros concesionarios o no lo viste con los asesores?

D: No lo vi en los asesores, en los otros concesionarios pues se ven más mujeres, en Kawasaki no hay ni una mujer o por lo menos cuando yo la compré no; en los otros concesionarios por lo general atienden mujeres y ellas pues de entrada le dan a uno un trato diferente, pero no en el caso particular de Kawasaki pues el gerente tuvo un mejor trato

N: Y por ejemplo ¿Cómo era la forma en que se comunicaban contigo, pues te hablaban con confianza o te trataban de usted y como muy serio el trato?

D: Haber yo creo que eso siempre lo he visto cuando uno va a ver carros o motos, ellos lo atienden a uno depende como llegue, osea si yo llego a pie ellos lo miran y lo tratan un poquito más distante, cuando uno llega en un carro de buenas características o una moto de alto cilindraje, ellos no sé si es que le ven la plata a uno y lo empiezan a tratar mejor. Pero la primera vez que fui, tenía la moto en el taller, fue muy seco, pues muy caso aparte y ya cuando llegue en la moto que tenía que también era de alto cilindraje cambió totalmente el trato y lo empiezan a tratar mejor, pues como que lo ven como una mejor opción

N: ¿Tú no conocías a Daniel, ni habías ido a la tienda antes?

D: Sí, a Daniel lo conocía cuando trabajaba en Suzuki, cuando estuvimos comprando la moto de mi papá

N: ¿él trabajaba en Suzuki?

D: Sí

N: ¿Qué tal era el conocimiento técnico que tenían los asesores?

D: Eh, los asesores, la verdad es que no hablé mucho con ellos de eso

N: ¿Y Daniel?

D: Daniel, no él es una persona que sabe mucho, él es corredor, es campeón nacional en este momento en la moto que yo tengo, está invicto hasta ahora y tiene un programa de televisión, pues algunos segmentos donde habla de motos, además hace las pruebas de una de las revistas, creo que es Turbo, él es el que hace las pruebas de ruta.

N: ¿qué es lo más importante para ti en un asesor comercial?

D: Que vaya al grano. Hablan muchas bobadas y lo intentan convencer a uno con cosas que no son tan importantes, deberían ir más al grano: “este es el consumo de gasolina, te recomendamos que sea extra, tiene tanto caballos”, pues como las cosas importantes de una moto

N: Osea, al grano es que te diga la información precisa de la moto y que no te empiece a hablar con rodeos

D: Si, que hay “que esta moto es muy buena, que es mejor que tal”, ¡no!, uno la verdad no va por eso, las comparaciones y eso las hace con amigos o en internet, pero no espera eso de ellos porque ellos van a vender su marca

N: No te gusta que hagan comparaciones de desempeño con otras marcas

D: No, a menos de que uno pregunte pues

N: ¿Cuáles fueron las características en las que más te fijaste de la moto?

D: Seguridad, es decir, control de tracción y frenos ABS, y después la potencia

N: Y ¿Cuándo llegaste al concesionario, la viste por mucho tiempo, te subiste en ella o que le detallabas?

D: No la primera vez pregunté por el precio simplemente, la segunda fui directo a la prueba de ruta, ya cuando me bajé de la moto si hice unas preguntas en cuanto a cómo se manejaba el sistema de tracción, qué le aportaba eso a la moto, los caballos de fuerza y el consumo de gasolina muy importante también

N: ¿Hiciste dos visitas en el concesionario?

D: Sí

N: Y ¿dos visitas y en la segunda la compraste?

D: Sí, dos visitas y en la segunda la compré sí

N: Osea en la segunda ya la separaste y la pagaste

D: Sí

N: Me cuentas pues que el concesionario ofrece *test drive*, ¿cómo es ese proceso de prueba de ruta y que tienes que hacer para que te la presten?

D: Sí, no el paseo es muy sencillo, uno simplemente firma un formato, pues un tipo de contrato donde uno se hace responsable por lo que le pase a la moto, con cédula, no se hace *baucher* ni nada por el estilo con tarjeta de crédito, simplemente cédula, teléfono, firma y listo

N: Y ¿el *test drive* por donde lo realizaste, cuanto tiempo era?

D: El tiempo digamos que es ilimitado, ellos no le ponen a uno limite, le dicen “hágale, vaya por donde quieran”, obviamente se ofrecen a acompañarlo a uno en la moto o en una moto diferente, le recomiendan digamos que coja algunas rutas, le recomiendan principalmente coger las palmas que es donde más se puede sentir el motor

N: Y ¿tú te fuiste por ahí?

D: Si claro, subí casi hasta el CAI y ya volví a bajar

N: ¿Fuiste acompañado o solo?

D: Fui acompañado, con Juan Manuel Toro, él iba en mi moto, en algún momento cambiamos pues para que él la manejara también pero iba acompañado

N: ¿para ti es indispensable que una marca te ofrezca *test drive* o podrías comprar una moto sin esta alternativa?

D: Yo digo que es indispensable poder manejarla

N: Bueno y me dijiste que habías montado en una Yamaha de un conocido, pero ¿no probaste ninguna otra, ni una Versys de algún conocido?

D: No, la probé allá en el concesionario

N: Únicamente en el concesionario

D: Sí

N: ¿La compraste de contado o con un plan de financiamiento?

D: De contado

N: Y ¿te ofrecieron planes de financiamiento en el concesionario?

D: No, la verdad es que desde el principio como yo tenía la moto anterior de alto cilindraje, ellos no ofrecen retomas, pues no hacen retomas, pero me preguntaron “¿qué vas a hacer con la moto, la vas a vender?”, entonces creo que se suponen que uno la va a pagar de contado porque ya tiene parte de la moto, entonces no me ofrecieron, pero creo que fue porque de pronto les hice un comentario pues diciendo que iba a ser de contado

N: Pero entonces ¿no conoces si el concesionario ofrece planes de financiamiento?

D: No, no sé si tienen planes

N: ¿Cómo fue el proceso para hacer el pago?

D: ¿el pago? No, consignar, llevar el recibo de la consignación y listo

N: ¿La moto cuánto tiempo se demoraron en entregártela?

D: Se demoraron, creo que la pagué un martes y me la entregaron el viernes en la tarde

N: ¿Te habían definido esa fecha de entrega?

D: No, ellos hacen un aproximado según donde uno quiera matricularla y más o menos le dicen tres días, para matrícula, impuestos y SOAT

N: Y ¿cumplieron con esa fecha?

D: Sí

N: Bueno, ya cuando llegaste por tu moto a recogerla, ¿qué esperabas que te dieran en el concesionario, que te dijeran, cómo esperabas que te asesoraran?

D: Pues no sé, por haber tenido moto de alto cilindraje uno no espera mucho, ni que le den recomendaciones o algo por el estilo, porque ellos saben que uno sabe manejar las motos, de pronto un poquito enfáticos en las garantías y que tengan cuidado, llevar el librito, cuantos kilómetros, pero no es mucha más información

N: ¿para ti ese momento es muy importante o como que no tiene mucha emoción esa entrega por ya haber tenido otras motos gama alta?

D: Ah no, la emoción es, uno si se siente muy feliz, es una moto diferente y de más categoría y no pues yo creo que pa' cualquiera es un logro comprar algo

N: ¿cómo fue ese proceso de entrega, pues qué te decían, te trajeron primero la moto o primero te explicaron?

D: El proceso de entrega fue muy sencillo porque la moto que yo tenía la llevaba al taller encargado de Kawasaki de alto cilindraje, al frente, entonces Carlos ya me conoce y fue muy sencillo, “vea, aquí tiene, adelante”

N: ¿La moto te la entregaron en el centro de servicio?

D: Sí, la recibí fue allá porque sabía que la tenían allá, que estaban haciendo la preparación, apretar tornillos, echar un poquito de gasolina, pues todo el alistamiento y yo mismo fui al concesionario y me dijeron que la tenían allá y allá me fui a recibirla

N: Y ¿te la entregó entonces fue el del taller?

D: No, pues yo se la recibí y ya después la llevé al concesionario y allá me hicieron la entrega de papeles y todo

N: Entonces, ¿no te explicaron absolutamente nada?

D: No es que como te digo, no digamos que es un caso particular, pero ya uno conoce como es la movida, conoce la moto, hay confianza de por medio entre el taller y uno, y si uno tiene confianza con el taller, el taller tiene confianza con los otros entonces no hay como mucho problema

N: ¿Qué papeles te entregaron?

D: Me entregaron SOAT, matrícula y el certificado de gases que avala pues los seis años de escisión de sacar el certificado

N: ¿qué te explicaron del proceso de garantías y toda la garantía que tiene tu moto?

D: No mucho, pues yo creo que lo básico, si uno interviene el sistema eléctrico hay una pérdida de garantía del primer año, eso pues se sabe, casi todos los concesionarios son así, no solo en carros si no en motos también. Nada, dijeron pues como que tenga cuidado con las revisiones, intente no pasarse de 150 kilómetros, del kilometraje que ya está establecido pues, si se pasa no le podemos hacer la revisión y pierde la garantía, entonces intente no pasarse y ya

N: Y ¿tú crees que para una persona que es su primera moto gama alta es necesario que la entrega sea mucho más profunda y que las explicaciones sean mucho más claras?

D: Sí, yo creo que cuando uno tiene una moto gama alta, digamos una persona como Daniel el gerente no debe dar por sentado que uno se las sabe todas, porque son motos que son muy pesadas, que hay que mantener el equilibrio, que hay que saber parar, hay que saber dar la vuelta, hay que saber reversar. Y a una persona con mucha experiencia porque ya ha tenido motos de alto cilindraje ya puede en cinco minutos darle algunos tips para prevenir caídas o prevenir accidentes

N: ¿más o menos cuanto se demoró esa entrega que te hicieron a ti?

D: Bueno la entrega mía fue larguita, porque tuvieron un problema con la llave, les mandaron la moto con la llave que no era, pero las llaves de las mías las tenía otra moto del concesionario entonces mientras que la encontraban se demoraron un poquito, pero digamos que 30 a 40 minutos

N: Bueno me puedes hacer un resumen y una descripción de todo tu proceso de compra y todo tu proceso comercial, ¿cómo fue?

D: Pues primero comparación, primero comparar mucho las motos, conocerlas, saber la marca, averiguar un poquito de repuestos, averiguar cómo es el precio de los repuestos, el consumo de gasolina, uno creería que no pero varía muchísimo, la moto de mi papá daba unos 70 km por galón, esta da 40 km por galón, entonces eso es una diferencia muy grande, es casi otra moto, entonces es mucha comparación. Indispensable hacer la prueba de ruta, manejarla, sentirla y preguntar bastante, preguntarle bastante a los amigos, a los conocidos, a los de los talleres, preguntar por la moto que uno quiere en talleres de otras marcas también es muy bueno, ellos son muy sinceros en las cosas buenas y malas que tiene la moto y ya, en el proceso de compra yo creo que el proceso de selección es como lo principal, y ya en el proceso de compra pues no hay mucho, pagar y ya

N: De todos esos que me acabas de describir, ¿cuál fue el momento en el que sentiste más felicidad y como una sensación de alegría?

D: Yo creo que con el primer pago, pues cuando uno la recibe ya se la espera, con el primer pago digamos que es cuando más sentí alegría, cuando hice la primera consignación

N: ¿Hiciste varias consignaciones o qué?

D: Hice dos, una por la venta de la moto anterior y otra de lo faltante

N: Ahorita me mencionabas que te asesoraste preguntando en otros talleres, ¿a qué talleres fuiste?

D: Pues no específicamente en un taller, estuve con el mecánico de mi papá que trabajó mucho tiempo en Yamaha, se retiró y montó un taller propio, pero digamos que tiene toda la experiencia en motos de alto cilindraje Yamaha, y en Ruta 40 también pregunté un poquito

N: ¿Qué es Ruta 40?

D: Es el de BMW, uno de los distribuidores de BMW

N: ¿Qué fue lo que más te sorprendió positivamente del concesionario cuando estabas en todo este proceso, qué fue lo que más te gustó o impactó de ese concesionario que no te esperabas encontrar?

D: No, la verdad es que no hay algo que le llame a uno la atención, pues al contrario me impactó negativamente que no tenían muchos accesorios

N: Entonces ¿eso es lo que tú dirías que puede mejorar este concesionario?

D: Sí, definitivamente, sobre todo ahora en algo que se ha venido hablando en los medios de comunicación, los accesorios para mujeres, hacen mucha falta, es muy difícil encontrarlos y yo creo que los concesionarios deberían tomar la iniciativa

N: ¿Cuál fue el determinante pues para que tú decidieras comprar la moto?

D: El determinante, ¿para que quisiera comprar esta moto?

N: Sí

D: Pues que me gustó mucho primero y el presupuesto

N: ¿Cuándo te refieres a presupuesto es porque las otras que querías estaban por fuera de tu presupuesto o pudiste llegar hasta allá?

D: No yo pude llegar, pero de pronto lo que estaba un poquito más arriba era una moto BMW, que no me parecía, pues esta tiene mejores especificaciones, entonces pude llegar pero me gustó más esta

N: Ahorita me mencionaste el momento más feliz que fue cuando hiciste el primer pago, pero ¿cuál es el momento más importante para ti?

D: El más importante

N: Osea el momento que el concesionario tiene que hacer mejor, ¿si me entiendes?

D: Eh, yo creo que en la parte posventa, pues ¿dónde ellos deberían mejorar? ¿es lo que me estás preguntando?

N: pero en esta parte del proceso comercial ¿qué es lo más importante para ti?, pues por ejemplo, si el administrador se equivocó haciendo una cosa a ti no te importa, pero si se equivocó digamos asesorándote para ti eso es fatal

D: yo creo que ellos están vendiendo su marca y les conviene vender sus motos, en el proceso de venta mío, omitieron algo que es muy importante y es el octanaje que requiere la moto, porque requiere más de 96 octanos y esa gasolina aquí en Colombia no es comercial, entonces luego tuve problemas por eso, creo que no deben omitirle a uno eso, pues uno verá si la compra o no, uno verá si toma el riesgo, pero no debería omitir ese tipo de información

N: ¿Cuándo hiciste el reclamo ya la habías comprado o te enteraste después de que la habías comprado?

D: Sí, en la primera revisión hice el reclamo, el servicio digamos que fue bueno, pero me enteré fue después, ellos le dicen a uno “no eso le puede echar corriente tranquilo”, pero la moto misma en el tanque dice que no se le puede echar corriente ni extra pues, que requiere una gasolina de mejor calidad

N: Entonces, ¿lo más importante para ti podríamos decir que es la información que te dan al momento de explicarte las características?

D: Sí, digamos que para una moto son inversiones muy altas, ¿cierto?, y uno debe tener la libertad de escoger viendo todo, lo bueno y lo malo, y esas son cosas que no se mencionan en los foros porque si es gente de otros países no les importa el octanaje o de pronto tienen el octanaje que requiere la moto, aquí como te dije esta era la tercera que vendían, entonces preguntar era muy difícil y si ellos lo omiten yo me quedé sin saberlo hasta que le sentí algo diferente a la moto

N: ¿Alguna marca, o esta marca Kawasaki te ofreció algún programa de incentivos, algún beneficio, descuento?

D: Eh, no

N: ¿ninguna?

D: Que recuerde no, yo creo que no

N: Y ¿tú crees que si alguna de estas marcas te hubiera ofrecido algún descuento o algún incentivo, te hubieras decidido por otra marca simplemente por ese aspecto?

D: No, yo creo que no, creo que tiene que ser un incentivo demasiado grande para que una cambie como la decisión

N: Listo, ahora empecemos a hablar más de la parte posventa. Ah bueno en la parte comercial, te entregaron la moto, pues los papeles y te entregaron

D: SOAT y el certificado de gases

N: ¿Te entregaron casco y chaleco?

D: No, ellos como que ofrecen un casco y un chaleco de esos que ofrece Auteco

N: ¿tú no los quisiste recibir, pero si te los iban a dar?

D: Creo que si me los iban a dar, yo no los recibí pero sí me los iban a dar

N: Listo entonces ahora hablemos del proceso posventa. ¿Tú acostumbras llevar tu moto a las revisiones en los kilometrajes que son?

D: Sí, se cumple como debe ser

N: ¿qué tipo de mantenimiento le haces a tu moto aparte de llevarla a las revisiones?

D: Pues esta moto inicialmente no requiere mucho mantenimiento, entonces es lubricar cadena, revisar fluidos y ya mantenerla limpia

N: Me dijiste que habías llevado tu moto a cuatro revisiones, ¿cierto?

D: Sí

N: ¿Siempre la has llevado al mismo centro de servicio?

D: Sí, yo creo que Moto House es el único centro autorizado para motos de alto cilindraje en Medellín, pero no estoy seguro

N: El precio de las revisiones, ¿cómo es?

D: Es que eso varía mucho, pero digamos que lo que es aceite y filtro de aceite son más o menos 300 mil pesos

N: ¿En cada revisión tienes que cambiar el filtro de aceite?

D: Sí

N: ¿Las revisiones son cada cuánto?

D: Las primeras tres, cada tres mil, bueno no, la primera es a los mil, la segunda a los cuatro mil, la tercera a los siete mil, y la cuarta a los once mil

N: ¿Cuántas revisiones debes hacer?

D: Creo que hasta la cuarta

N: ¿la cuarta es la última?

D: Creo que sí, o no perdón, esta tiene garantía de un año y 15 mil kilómetros, entonces de pronto si tengo otra, no estoy seguro

N: ¿la mano de obra te la regalan o te la cobran?

D: La cobran, solo la primera la regalan, de resto las cobran y es tal vez la cosa más costosa porque cobran unos 40 mil pesos la hora

N: Y ¿cuántas horas son más o menos de revisión?

D: De trabajo serán, pues es que la verdad uno no sabe, porque uno se las deja de un día para otro

N: Pero ¿Cuánto te cobran aproximadamente?

D: Le cobran a uno por hay una hora y media

N: ¿Por qué crees que es importante hacerle esas revisiones a tu moto?

D: Porque son inversiones altas y hay que cuidarlas, sobretodo la parte del aceite, pues yo creo que uno hace las revisiones principalmente por el aceite, esa moto digamos los primeros 30 mil kilómetros no presenta problemas, frenos, llantas pues, pero revisiones que uno debe hacer continuas el aceite, el cambio en esta moto específicamente es cada tres mil y yo creo que hay ser religioso con eso

N: ¿Has tenido la necesidad de llevar tu moto por alguna falla o alguna garantía?

D: Sí, tuve un problema con lo del octanaje, la moto empezó a cascabelear, pues le sentía un cascabeleo, la llevé, al principio no le pararon muchas bolas hasta que ya toca ponerse bravo y amenazar con la Superintendencia y me mandaron al Director de Mecánica de alto cilindraje en Colombia, a que le hiciera una prueba de ruta, a conectarlo al computador y ver pues que era lo que estaba pasando

N: En esta falla, cuando tú sentiste la falla ¿llevaste la moto inmediatamente o pediste cita?

D: La lleve inmediatamente, cita se pide cuando se van a hacer arreglos o revisiones o algo por el estilo, de resto lo atienden a uno en cualquier momento

N: ¿Cuándo vas a llevar tu moto a revisiones pides citas o también la llevas sin cita?

D: Digamos cita, cita, no; uno pregunta “¿te la puedo llevar?”, “no tráemela a tal hora”

N: Osea pasas por ahí, preguntas a qué hora se la puedes llevar

D: Uno llama, “¿te la puedo llevar?”, entonces le dicen “no tráemela en la mañana” o “ahorita en la tarde”, pero no son pues a las ocho de la mañana y a las ocho la reciben, no

N: Y ¿cómo te parece la atención por teléfono, te parece que debería ser más formal, te deberían dar una hora exacta o así está bien?

D: No yo creo que está bien, para los que llevan mucho tiempo yendo a ese taller pues uno está acostumbrado, ellos lo conocen a uno, pero yo creo que aunque uno siendo primera vez que va al taller la atención es igual, y yo creo que eso también es bueno pues, porque no se siente uno amarrado, yo creo que en los otros concesionarios o por lo menos en Auteco cuando yo tenía la Pulsar, ellos te decían “a las nueve de la mañana”, y hasta las 9:15 te esperaban, si te pasabas de las 9:15 no te la recibían, aquí no pasa eso, ellos te la reciben como sea

N: ¿Qué tan fácil es el acceso a este centro de servicio?

D: Ese centro de servicio tiene un problemita pero por las vías de acceso no hay problema

N: ¿Queda en La 10 también?

D: Sí, queda en La 10, cuando ya va a entrar uno al taller es maluquito porque es un corredor angosto donde hay una venta de motos y otra de accesorios, entonces no es como normal, pero no está mal

N: ¿Qué tanto influye este aspecto de acceso y de infraestructura en que tú selecciones ese centro de servicio?

D: No en nada

N: ¿Para nada?

D: No

N: ¿Cómo son las instalaciones?, pues me cuentas que el corredor es estrechito pero por ejemplo los bancos de trabajo

D: Eh, eso está muy bien, pues incluso le han metido plata, mejoraron el techo, han hecho mejoras pues con el tiempo porque el aumento de ventas de motos han sido muy altas, entonces últimamente le han hecho mejoras

N: ¿Para ti es importante que el centro de servicio tenga instalaciones amplias, cómodas o te es indiferente?

D: No, es indiferente, uno no está allá, uno lleva la moto y la recoge

N: Y ¿la limpieza, la organización del lugar?

D: Tampoco, a mí personalmente no me importa

N: ¿Quién es el que te atiende inicialmente y te hace la recepción del vehículo?

D: Tienen una persona encargada, es mecánico también pero se encarga de recibir todas las motos

N: ¿este es el jefe del taller?

D: No, el jefe del taller es el dueño porque él es mecánico también, tiene una persona encargada, pues uno de los mecánicos es el que recibe las motos cada que entran

N: Y ¿cómo es ese proceso de recepción?

D: Primero preguntan qué le va a hacer uno, qué necesita y luego entregan un papelito, le hacen un chequeo a la moto, que no tenga rayones o si los tienen hacen pues una anotación y ya

N: ¿Es como una orden de entrada?

D: Sí

N: ¿En esta recepción te dicen cuánto te va a valer todo?

D: No, pues si uno va para algo concreto si le dicen cuanto le puede valer pero no lo hace la persona que recibe la moto, lo hace la recepcionista

N: Haber, hay una recepcionista y una persona que recibe la moto

D: Sí

N: ¿qué hace la recepcionista y qué hace el que te recibe la moto?

D: La recepcionista se encarga de toda la parte de facturación y cotizaciones, pero digamos que está separado por la parte administrativa y la parte técnica, en la técnica está la persona que te digo, el encargado de recibir la moto y ya la parte administrativa se maneja con la recepcionista

N: Y ¿para las revisiones no hay un precio establecido?

D: Ellos hacen un estimativo de lo que es el aceite y filtro de aceite, pero pueden por alguna razón que es normal, tener que cambiar bujías o algo por el estilo, entonces es como muy variable, pero por lo general es lo mismo, el aceite y mano de obra

N: ¿Más o menos cuánto tiempo tienes que dejar tu moto?

D: De un día para otro

N: ¿de un día para otro pero hacen la revisión más rápido o es porque tú no tienes disponibilidad entonces la recoges otro día?

D: No, depende de la hora en la que uno la lleve, si la lleva en la mañana posiblemente se la entregan a las 5:30 de la tarde, si no al otro día en la mañana

N: ¿cómo te parece el servicio que te da la persona que te recibe la moto?

D: Pues bien, ya lo conocen a uno entonces bien

N: Tú aparte de interactuar con esa persona y con la recepcionista, ¿tienes como más contacto con los técnicos?

D: Con los mecánicos, pues digamos que ellos no le ponen a uno un mecánico fijo, siempre cambian de mecánico entonces uno a la final termina relacionándose con todos y sin problemas

N: ¿te informan la fecha exacta de la entrega del vehículo?

D: Sí la fecha exacta

N: Por ejemplo en la primera revisión que la mano de obra la cubría el centro de servicio, ¿te explicaban cuáles costos debías asumir y cuáles costos asumían ellos?

D: Eso lo hizo el concesionario, sí. Pero en la etapa de la venta

N: ¿Tú nunca has esperado entonces en el centro de servicio o nunca has visto el procedimiento que le hacen a tu moto?

D: En algunos casos, pero no por garantía, si no por cambio de pastas que es algo no tan demorado y uno se puede quedar sin problema, pero en garantía no porque hay que esperar a que la moto se enfríe, bajar el aceite, volver a echarlo, esperar; entonces es un proceso más largo

N: Y cuando te has quedado, ¿dónde te quedas?, pues, ¿hay un espacio adecuado para tú esperar?

D: Tienen unas cositas como estas, unas mesitas

N: Pero ¿te gusta estar viendo lo que le hacen a la moto o simplemente esperas?

D: A mí me gusta ver lo que le hacen a la moto, porque si en algún momento uno está embalado pues hacerlo también

N: ¿Te permiten estar al lado del técnico?

D: Si, pues el cartel de “personal autorizado” está, pero ellos si lo dejan a uno estar ahí al lado

N: ¿En todos los casos te han cumplido con la fecha de entrega o se han retrasado?

D: En todos los casos me han cumplido

N: ¿para ti que tan importante es la agilidad del servicio, pues que hagan el proceso rápido?

D: Es muy importante, siempre es muy importante, y lo bueno es que ellos son claros en eso, ellos dicen “te la recibo a esta hora, te la entrego mañana” o “si te la recibo a esta hora te la entrego ahora”, pues ellos si intentan como agilizar el proceso

N: ¿Cuándo tu llegas a recoger la moto ellos te explican todo el procedimiento que le han hecho a la moto?

D: Sí, me explican absolutamente todo y le cuentan como las cositas que le hicieron pues como por atenderlo bien a uno; “te lubiqué la cadena, te la tensioné un poquito”, pues los mecánicos sobretodo

N: ¿Te entregan la moto lavada?

D: No, ellos lo ofrecen cuando uno deja la moto ofrecen el servicio

N: ¿pero te la dejan limpia o te la entregan engrasada?

D: La entregan limpia eso sí, ellos limpian la parte que ensucian por ejemplo cuando lubrican la cadena que salpica en las llantas y todo eso, le pegan una limpiadita

N: ¿Tú revisas el estado de tu moto antes de salir del centro de servicio?

D: No, la verdad no

N: En cuento a limpieza, ¿Qué tan importante es que te entreguen la moto limpia?

D: Es muy importante, pues si ellos la empolvieron o la engrasaron, cualquier cosa, deben entregarla como uno se la entrega a ellos

N: Me puedes contar un poquito del proceso de revisión

D: El proceso de revisión, ¿las de garantía?

N: Sí

D: No lo que te decía ahora, llevar la moto, que le van a hacer, entonces le dicen a uno más o menos “esta es la revisión de tanto”, entonces “te voy a cambiar el aceite, te voy a cambiar el filtro, ¿quieres que te cambie este filtro que de pronto te conviene o lo vas a aguantar hasta la otra?”, y ya uno se las deja y al otro día la entregan

N: ¿Cuándo te hacen entrega del vehículo te entregan también un documento que certifique el trabajo realizado?

D: El libro que le entregan con la moto de las garantías, uno debe llevarlo pues, para que ellos hagan las anotaciones. Yo no lo llevo pues porque hay confianza con el taller, pero no me entregan nada, le entregan a uno la factura con la cuenta detallada de lo que se le hizo a la moto

N: ¿Qué es lo más importante para ti cuando llevas la moto a un centro de servicio?

D: ¿lo más importante?, pues que la entreguen sin daños

N: ¿Te han llegado a entregar la moto con algún daño?

D: No, nunca me la han entregado

N: Lo más importante entonces para ti es la calidad del trabajo

D: Pues sí, la calidad del trabajo obvio, pero digamos que es algo que se puede corregir, o sea si ellos hicieron mal trabajo uno simplemente se las lleva, pero si le hacen un daño

N: ¿un daño como que la rayen?

D: Un rayón sí o una caída que le dañe algo, que le dañen el gato que es algo muy común en los talleres

N: Tú me dices que solo crees que hay ese centro de servicio

D: Autorizado para alto cilindraje creo que sí. Porque es que Kawasaki no tiene taller, por ejemplo, el concesionario de Yamaha que queda en la 10 a también, ellos tienen taller en el concesionario; Kawasaki no lo tiene, simplemente es un tercero que está autorizado por Kawasaki o en este caso supongo que Auteco para realizar el servicio

N: ¿Qué esperas del servicio o de la atención que te prestan en el centro de servicio?

D: No, que sea cordial o ameno, que no haya como maltrato

N: Y ¿cómo te ha parecido el trato de Moto House?

D: En ese sentido muy bien, si siempre muy bien

N: ¿En cuál de los momentos que me mencionas, te sientes más satisfecho y pues más a gusto con ese centro de servicio?

D: Con los mecánicos, cuando le entregan la moto a uno, porque hacen cosas que pues no tienen que hacer, le lubrican a uno la cadena o le pegan una limpiadita a los piñones, algo por el estilo pues, ya es más bien como por atenderlo a uno bien

N: Entonces ¿eso puede ser como lo que a ti te sorprende más de centro de servicio?

D: Pues no es que me sorprenda pero si es algo que siente uno

N: Y ¿qué podría mejorar ese centro de servicio en cuanto a la revisión de tu moto?

D: Yo digo que por ser un centro autorizado, pues uno la verdad lo puede llevar a cualquier taller, porque ellos en las garantías no le ofrecen un beneficio, por ejemplo “te vamos a hacer este descuento en todas las garantías”, entonces a la final lo puede llevar a cualquier taller, lo que digo es que si uno decide llevarlo a ese taller por ser un centro autorizado pues uno como comprador de una moto de estas debería tener un beneficio, por ejemplo en las revisiones que se le regalen la mano de obra, que es algo que no hacen

N: ¿Si tú dejas de asistir a alguna de estas revisiones pierdes tu garantía?

D: Creo que sí, no he leído el manual pues pero creo que si

N: ¿No consideras importante leer el manual?

D: Eh, ¿el de garantía?

N: Si

D: No, pues digamos que las razones para uno perder la garantía ya están muy hechas, que es intervenir el sistema eléctrico o hacer procedimientos grandes en otros talleres, por ejemplo abrir el motor, cambio de piezas y no cumplir con los kilometrajes establecidos para las revisiones, entonces pues lo sé porque ya tuve una moto de la misma marca comprada también en concesionario entonces ya tenía como la experiencia

N: ¿El centro de servicio ofrece algunos servicios adicionales, vende accesorios, vende repuestos?

D: Si, ellos venden accesorios, repuestos, ropa y ya

N: ¿tú le pones accesorios a tu moto?

D: No, a mi moto no le pongo accesorios

N: Y ¿tú que tipo de accesorios usas?

D: ¿para montar?

N: Si

D: Guantes, pues y el casco y el chaleco, pero chaqueta, botas y eso no me gusta

N: ¿para ti es importante que la marca ofrezca canales de atención para comunicarte con la marca o pues para poner alguna reclamación?

D: Si claro que es importante

N: Y ¿las has usado?

D: Sí, cuando tuve el problema las usé

N: ¿Qué canales utilizaste?

D: Los canales que tiene Kawasaki, o sea el de la 10, de pronto no son como muy buenos, porque ellos son distribuidores pero todo lo maneja Auteco, entonces digamos que es muy informal porque la persona, el asesor comercial dice “ve llámame a este man que es el gerente de mecánica de Antioquia” o si es el de Colombia, te da el de Colombia, pero es como al celular, no hay nada formal que te digan “llama a este centro, ahí te van a tomar tus datos, te van a decir cuando vas a tener tu visita”

N: Pues ¿en ningún momento te contactaste por la 018000 o enviaste algún derecho de petición?

D: No en ningún momento, todo fue por el concesionario y directamente con el dueño. Eso es bueno pero a la vez es malo, ¿cierto?

N: ¿No hubo ningún contacto directo con Auteco, con la ensambladora?

D: No, con el gerente, entonces eso bueno porque le es mucho más ágil el proceso pero es malo porque no hay digamos un registro de todo lo que se le hace a la moto, de las conversaciones que tiene uno con los gerentes, mecánicos

N: Y ¿tuviste la asesoría de algún coordinador, técnico de Auteco?

D: Tuve la asesoría del Gerente de Mecánica a nivel nacional

N: ¿La marca Auteco y Kawasaki te envían comunicados o como se comunican con los usuarios de Kawasaki?

D: Conmigo no, creo que no lo hacen, pues conmigo no, pero creo que en general no lo hacen, no es que le tomen los datos a uno y lo estén actualizando avisando que les va a llegar esta moto así no, no me ha llegado

N: ¿te gustaría que lo hicieran?

D: Eh, no, no lo veo pues como importante

N: ¿La marca realiza eventos?

D: ¿Eventos?, Yo supongo que si

N: ¿Tú no participas en ellos?

D: No, no participo

N: ¿Te gustaría que la marca te invitara a estos eventos?

D: Digamos que a las montadas si sería bueno que lo hicieran, pero no lo hacen con el público en general, lo hacen con los gomosos que se van a los concesionarios a hablar con los mecánicos, pues a gente que es muy gomosa de las motos y se mantiene todo el día en eso, buscando donde salir, con ellos si lo hacen y si me han invitado, en algún caso me invitaron, pero fue algo personal, como que “hey mirá vamos a montar esta semana, a tal parte”, pero no es algo pues como un correo o algo por el estilo

N: Si fueras a vender esta moto, cuando vendiste la otra Versys que tenías, ¿cómo fue el proceso de venta, cómo te pareció el precio al que la pudiste vender o estaba muy aporreado el precio?

D: Pues haber, inicialmente la moto la puse en la página tumoto.com, el precio lo escogí según lo que se veía en el mercado, uno hace un estudio más o menos de a como la están vendiendo, que kilometraje tienen, que modelo son, si ha sido único dueño, cosas así por el estilo. El problema de la gente que vende por la página es que sobrevalora lo que tiene, pues porque tiene casi que un apego emocional con las cosas, entonces no se dan cuenta que eso vale lo que vale, pues no lo que valga pa uno si no lo que vale en el mercado, entonces yo tuve la ventaja de que me di cuenta de eso y la puse un millón de pesos más barato porque eso era lo que valía, y recibí muchas propuestas pero sobre todo para ven cambio, o sea le entregan una moto más chiquita y le enciman y no estaba interesado en eso, al final se la terminé vendiendo a uno de los ingenieros de la oficina de mi padre

N: ¿tú volverías a comprar una moto de marca Kawasaki?

D: Sí, claro

N: Y ¿de alguna marca de Auteco, KTM en este caso?

D: KTM no, pero porque no me gusta, son motos muy buenas pero no son de mi gusto

N: Supongamos que Kawasaki no solo tiene ese concesionario en la 10 si no que tiene más concesionarios, ¿la volverías a comprar en Kawasaki la 10, con la misma asesoría, con el mismo proceso que viviste o preferirías otro concesionario?

D: Creo que es muy relativo, porque nosotros sabemos que aquí los concesionarios son por franquicia, entonces entre concesionarios, así sean de la misma marca por ser diferente franquiciador pues uno encuentra mejores ofertas o algunos beneficios diferentes, entonces tendría que ver. Si fuera el mismo dueño y lo mismo, yo compraría en la 10 porque me queda más cerquita

N: ¿Le recomendarías a tu familia, amigos, conocidos Kawasaki?

D: Si claro

N: Muchas gracias Daniel por toda esta info

Entrevistado	Alberto Perez (A)	Fecha	22/03/2014
Entrevistador	Natalia Vargas Arboleda (N)	Hora	10:30p.m.

Lugar	Concesionario R2R Bikes	Duración	37 min
Marca	KTM – Auteco	Referencia	Duke 690

N: Buenos días, estamos con Alberto. Alberto muchas gracias por regalarnos este espacio, la idea es que conversemos de tu experiencia con la moto, con el concesionario, con el centro de servicio y como todos los momentos que has podido interactuar con la marca. Entonces primero quiero que me digas tu nombre, a qué te dedicas

A: mi nombre es Alberto Pérez, yo soy Ingeniero Administrativo, en este momento soy gerente comercial de una empresa que se llama AKITA Motos, que es competencia de Auteco en la parte de repuestos, nosotros no tenemos puntos propios si no que somos mayoristas, somos importadores directos y tenemos marcas propias, vendemos llantas, todo tipo de repuestos y yo soy el encargado de toda la parte comercial de la empresa

N: ¿en dónde vives?

A: en el Poblado

N: ¿qué moto tienes?

A: KTM Duke 690

N: ¿es modelo qué?

A: 2013

N: ¿la compraste en el concesionario?

A: la compré en R2R BIKES, pues aquí estuve mirándola, antojándome, me decidí por esta por varias razones, pues primero que todo es un juguete, pues para mí la moto es un juguete, me gustan tanto que ni carro tengo, lo vendí, entonces es transporte diario, entonces pensando que me quedaba una moto de transporte diario, que yo no hago viajes largos normalmente, empecé a pensar en todas las posibilidades de mercado, estaba entre una BM 800, estaba la KTM esta Duke 690, la Versys, que yo tuve una Versys de Kawasaki, pensando en las facilidades de cada una de las motos terminé decidiéndome por esta. ¿Por qué KTM?, porque es una moto demasiado liviana, pues pesa alrededor de 50 kilos menos que cualquiera de la misma gama, tiene el tema de seguridad de ABS, tiene el tema de curvas de potencia, tiene todo esto que va más en la marca KTM que tiene un plus adicional, entonces por esto me decidí por esta moto, las prestaciones son demasiado buenas, anda muy rico

N: ¿has tenido motos antes de esta?

A: sí

N: ¿qué motos has tenido?

A: tuve una GS 500, una XT 600, una Versys 650 y esta

N: ¿todas las has comprado en concesionario o también de segunda?

A: no, de segunda, es más esta es la única que he comprado nueva, es que estas motos de alto cilindraje se consiguen muy buenas de segunda, es que el tema de la moto para la gente es que qué rico la moto, la montadita del fin de semana y creen que es fácil y la montada en moto no es fácil, eso no es para todo el mundo, creen que solo es acelerar y ya y no es así, entonces la compran y se dan cuenta que les da miedo, lo que vos decías ahorita que les da miedo o se meten una caída, se paniquean y el que anda en moto se cae, ese es el cuento

N: ¿dónde buscaste información antes de comprar la moto o con quién te asesoraste?

A: internet, es que internet uno encuentra todo, entonces ahí empezaba a comprar las fichas técnicas, peso, caballaje, prestaciones de la uno con la otra, también manejándola, manejé todas las motos, entonces como la que más se adaptaba a mi forma de manejo y a lo que a mí me gusta hacer, entonces me decidí por esta

N: ¿las comparaciones las hacías con las fichas técnicas de las páginas?

A: de las páginas y también buscaba en las revistas sobre los test de prueba que les hacen, entonces ya entraban a comparar entre las de las mismas gamas y dicen “esta es buena para esto, esta para esto” y también logré hacer prueba de todas entonces ahí también ayudaba lo que leía y yo montado decía “sí es esto o me siento más cómodo con esta por ciertas cosas”

N: ¿por redes sociales, blogs, foros, cosas de esas?

A: más que todo por las revistas porque las revistas hacen el trabajo completo, pues se las prestan las casas matrices y comparan todas las motos entonces lee uno bastante ahí

N: pero entonces ¿estos comentarios en blogs te parecen importantes o crees que pueden estar sesgados a la experiencia personal de los clientes?

A: es que yo creo que uno se casa con marcas, entonces ahí ya no puede ser muy objetivos que digamos, entonces mejor leer las revistas, las pruebas las hacen las revistas entonces ya uno las lee y si puede hace la prueba y ya se forma una mejor idea

N: ¿cuántos concesionarios visitaste antes de comprarla?

A: pues de KTM solo este porque es el único que hay acá en Medellín cuando la compré, ya está el de Llanogrande pero pues; visité tres, visite este, Kawasaki la 10 y visité BM

N: ¿cómo describes el concesionario en cuanto infraestructura, organización?

A: bacanísimo por una cuestión, tengo el taller al lado, a mi esa parte me parece importante porque como te dije para mí es un juguete, pues yo llego aquí y me saludan, ya saben quién soy, ya saben que tiene mí moto que no tiene, todas las cosas que le he comprado, entonces para mí es muy bueno yo llegar ir al almacén, comprar la cosa y bajar al taller para montarlo, pues es una facilidad grande, y todos saben cómo cuido yo la moto, qué le hago, qué no le hago, estamos hablando todos el mismo idioma entonces es una ventaja ahí, en cambio en los otros pues sí está ahí Daniel y al frente tiene a Coco en Moto House pero igual no me vende el repuesto Daniel, entonces ahí se pierde algo siendo los dos unos bacanes y un servicio súper bueno el de los dos, aquí tengo esta ventaja adicional

N: ¿la ubicación del concesionario cómo te parece, los parqueaderos, la facilidad de acceso?

A: por esa parte perfecto porque es que yo vivo a cuatro cuadras de acá

N: perfecto. ¿Quién te atendió cuando estabas buscando la moto, pues era el administrador o el asesor?

A: todos, es que esa moto la quería igual mi cuñado, entonces empezamos a antojarnos los dos y terminamos comprando la misma moto, entonces no, como son todos, Juancho, Checho o con Andres cuando estaba, en realidad el servicio ha sido muy bueno, hasta con David

N: ¿qué te parece importante que deban tener estas personas que asesoran comercialmente a los clientes?

A: pues primero es conocimiento, se tienen que conocer las motos al derecho y al revés, es muy teso cuando le ponen a una niña muy linda a atenderlo, por lo menos uno que es gomoso uno sabe qué pregunta, y a corcharlos, porque es que por lo menos yo cuando llego ya me he estudiado la ficha completa, ya sé que tiene, que no tiene y llegar y encontrar que corchó a la persona dice uno como “¿qué pasó?”. Lo primero que tienen que

tener es el conocimiento de todo lo que está vendiendo, es primordial; otro tema es la actitud, es muy importante y yo sé porque me ha tocado manejar puntos de atención, talleres, todo este cuento es difícil pero un tema muy importante es la cercanía que alcance a tener uno con la gente, que lo saluden a uno de nombre, que lo recuerden a uno, pues es que a mí me ha tocado manejar talleres y me ha tocado manejar de todo y cuando vos tratas a la persona de “Natalia ¿cómo estás?, ¿qué hubo cómo le fue con el arreglo que le hicimos?”, pues es muy teso acordarse del nombre de cada uno, y eso que aquí no me parece tan difícil porque aquí no es tanto el volumen, pues en un almacén de bóxer de la 33 ahí si queda como difícil, pero que a vos te saluden de nombre la gente ya queda casada, pues te lo digo porque yo he llegado a mis clientes y les digo “que hubo, como te fue la vez pasada que te hicimos esto”, o me gastaba el tiempo de ir más allá, de no vender el producto si no de qué le gusta hacer con la moto, de no venderle por vender, porque es que las ganas a veces a uno por gomoso le pueden, entonces viene un pelado que apenas esté empezando “yo no te voy a vender la moto”, me matas, pues yo ese muerto no lo voy a tener en mi conciencia, entonces que le vendan a uno también lo que necesita no vender por cumplir el presupuesto y ahí tiene al tipo paradito todos los meses, pues yo tengo la facilidad de traer todas las cosas mías de Estados Unidos, no las compro acá por una simple y sencilla razón, pues por dos: una, el servicio; dos, Auteco no es usurero en ese tema, pues además a mí se me olvidó estudio ingeniería también en EAFIT, entonces permutar la 821, esa moto a mí me encanta pero empecé a averiguar el tema de repuestos, el tema de taller y todo el cuento que ya me pareció como usura todo lo que cobraban, qué guevonada, pues listo es mi juguete yo en eso no me ahorro nada pero tampoco que me vean la cara

N: entonces me mencionas que lo más importante en un asesor de ventas es el conocimiento y el dominio del tema

A: conocimiento, cercanía, que cuando vuelva uno “qué hubo, qué más vio”, es que te vendan lo que vos necesitas

N: ¿eso lo has encontrado en R2?

A: sí

N: ¿tú tienes una relación muy cercana con las personas de este concesionario?

A: sí, es que todos me conocen, claro pues que yo soy como atípico pues, yo podría decir que soy un cliente muy intenso, pero porque yo también he estado del otro lado y sé qué me gusta recibir y cómo lo debe dar la gente, y aquí hacen bien el trabajo la gente

N: ¿los conocías antes de que estuvieran el R2R o pues la relación siempre ha sido como relacionada con las motos?

A: no, siempre ha sido relacionada con las motos, pues yo no conocía a ninguno antes

N: ¿qué características estabas buscando en la moto?

A: una moto para el día a día, pues esa no es una moto normal para el día a día de la gente pero a mí me gusta una moto que con el motor sea responsable, que sea andona, yo soy correlonsito, seguridad, el tema de los frenos de esta marca es muy bueno ya con el respaldo de Auteco me decidí por esta, porque antes yo no hubiera comprado una KTM antes de que la trajera Auteco, por el tema del respaldo, los repuestos, mecánicos, todo esto es importante para mí. El tema de, para mí que soy tan pequeño, del peso para mí es importante, yo sé que andando una moto no pesa pero para moverla en ciudad si empieza a cansar entonces me decidí por esta porque es muy liviana

N: cuando venias al concesionario con tu cuñado, ¿qué era lo que le detallaban a la moto, se montaban en la moto o cómo era esa exploración que hacían en el concesionario?

A: era más como manejarla, pues con la prueba, yo estuve haciendo las pruebas de todas las motos y empecé a ver lo que más se ajustaba a lo que yo quería, porque también estaba la CMT, la 990 que me gusta mucho, la SMR pero ya es para lo que yo necesito muy grandes porque ya son motos muy bruscas y termina uno cansándose para el día a día, muy rica para el fin de semana pero a mí me gusta es para el día a día

N: ¿todas las marcas te ofrecieron el *test drive* o cómo probaste las motos?

A: no, ese es otro tema, no hay *test drive* de todas, pues cuando yo las hice no había de todas entonces no pude probarlas y decir “me acomodo más a esta”

N: ¿en las otras marcas tuviste la oportunidad de hacer *test drive*?

A: en las motos de amigos, pero *test drive* de las otras no

N: ¿no ofrecían?

A: no y es una parte importante porque es que no es una moto de diez millones de pesos, entonces uno si quiere manejar lo que va a comprar

N: entonces hiciste el *test drive* de esta moto, te la prestaron en el concesionario, y ¿también la habías ensayado antes de amigos?

A: mi cuñado la compró primero entonces también podía salir y todo y ahí me decidí

N: ¿para ti es indispensable que una marca ofrezca *test drive*?

A: sí, como te digo, es que uno no está gastándose tres millones de pesos en una moto, se está gastando x plata, son motos más caras entonces necesita estar muy cómodo en la moto para no aburrirse en ella porque no todas las motos son para uno

N: ¿la moto la compraste de contado o con algún plan de financiamiento?

A: la financié

N: ¿con el concesionario?

A: no, por aparte

N: ¿con alguna entidad bancaria?

A: sí, sí

N: ¿el concesionario intervino en algo o simplemente tú te conseguiste la plata y la llevaste?

A: yo sé que aquí hay gente que trabaja con ustedes pero yo lo hice por aparte, pues yo ya tenía quien me hiciera eso

N: ¿cuántos días tuviste que esperar para que te entregaran la moto?

A: por ahí tres, cuatro días

N: ¿te dijeron desde el inicio que se iban a demorar ese tiempo?

A: sí y me cumplieron perfecto, pues antes me la entregaron antes de lo que me habían dicho

N: ¿cómo fue ese proceso de entrega?, pues descríbeme el proceso de entrega desde que te llamaron para decirte que estaba lista hasta que te la entregaron

A: es que el tema es que yo soy muy cansón, entonces yo era el que llamaba, pero igual fue muy bacano porque todo el tiempo eran “te estamos corriendo”, que eso también lo hago yo como de gusto a ver hasta donde son capaz de aguantar con uno como de cansón, pues al principio lo hacía como de cansón, ya después me reía con ellos porque yo “¿si la tenes, no la tenes, qué falta?”, y eran “no Alberto relajado yo te la saco, yo hago lo posible para sacártela este día”, me dijeron que me la entregaban el sábado y el viernes en la tarde

me llamaron a decirme que fuera que ya estaba lista, entonces fue muy bacano porque toda la entrega fue muy bien, el cuento de que me entregaron un maletín con todos los papeles bacanísimo, pues para vos andar con todo lo de tú moto, con esa entrega fue bacano, pues “vea su moto, véala limpiesita, vea esto es así así”, se toman el tiempo para entregártela, pues no es mira las llaves y ándate, se toman una hora completa mostrándote todo lo que tiene la moto así ya te lo hayan explicado dos veces cuando estabas comprando, “espérate que te estoy es entregando la moto”

N: me dices que ¿te daban un maletín?

A: sí

N: ¿qué tenía el maletín?

A: pues como los manuales, manuales de partes, pues de accesorios, de ropa porque también todo el cuento de lo que es la marca, no es solo la moto, si no que venden ropa, accesorios para la moto, venden toda la parte de seguridad para el piloto, entonces tendrían como todas esas cosas, el tema de la garantía te la explicaban toda, mantenimientos, cuidados que uno debe tener, todo eso

N: ¿para ti es indispensable que te hagan esta entrega detallada y que te expliquen cada botón?

A: sí, es que yo soy muy preguntón

N: ¿cuál de todos los momentos del proceso comercial, consideras tú que es más importante?, pues desde que empezaste a buscar la moto hasta que te la entregaron

A: pues el tema que yo te decía era que le pregunten a uno para qué la va a utilizar, pues que el asesor no se deje llevar por lo que uno quiere si no que en realidad le ofrezca a uno lo que uno necesita, ya que sea que uno tome la decisión y se monte en una de esas que no le sirve porque yo quería es una cosa, pero que el tipo le diga a uno “vea esa moto no es para eso”, que sean sinceros con uno, eso es demasiado importante

N: ¿en qué momento te sentiste más feliz, pues como que sentiste una sensación de éxito?

A: no pues cuando salí montado en ella, pues ese es el juguete, uno salir montado en el juguetico de uno es muy bueno

N: en este momento en el que saliste, ¿tú sentiste que los asesores, que las personas que te estaban entregando la moto, estaban felices contigo también o era una entrega más?

A: no, estaban felices, estaban más contentos que yo, como yo era tan intenso entonces como que ellos también se contagiaron de esa felicidad mía, como míralo que está contentico con la moto, entonces como bacano, pues mira que vengo acá, cuando vos llamaste acá, el jueves, acá estaba yo preguntando pendejadas y mira también la confianza de ellos conmigo “ve vos puedes atender” y yo “hágale, no hay problema”

N: ¿qué es lo que más te gusta de este concesionario?

A: la gente, para que pero es muy importante que la gente que lo atiende a uno le genere confianza, que le están diciendo las cosas que son

N: ¿Qué oportunidades de mejora le ves o algo que no te gustó tanto, que pudo haber sido mejor?

A: no, es que hasta ahora no tengo queja de nada, todo lo que me ha pasado me lo han solucionado con creces, pues en estos días se me cayó una tapa que eso no es garantía y me dijeron “hermano yo ya había pasado la notificación que a esta moto le estaba pasando esto, que las revisaran cuando las trajeran y no te la revisaron mira yo te respondo”, pues no tenían por qué, pero yo acababa de salir de una revisión y habían ya pasado la notificación que tenían que pasar y me dijeron “venga le apretamos el tornillito”, tal, cualquier vaina, en estos días se me partió otro tornillo y me dijeron “no mira eso aquí nosotros tenemos, no te preocupes por eso”. Todas estas motos consumen aceite y tienen un consumo pues de líquidos, yo vengo acá y “¿qué debo?” –“no, nada, eso está dentro de la garantía”, entonces estoy tranquilo con la moto, pues yo sé que la traigo acá y no me van a cobrar una cosa que no es, antes dan más de lo que yo esperaba entonces por eso la traigo acá y la seguiré trayendo el día que se me acabe la garantía

N: cuando estabas decidiéndote a comprar la moto, ¿tú buscas más una marca o al producto que se acomode a ti y no te importa de que marca sea?

A: el producto que se acomode a mí

N: o sea, si en un futuro llegas a necesitar otra cosa que no la ofrezca KTM sin ningún problema te vas

A: a mí la marca me gusta y me he enamorado de la marca y ya quiero otra de estas mismas más grande pero igual sé que sacan unas muy buenas en el mercado, no soy como caballito cochero que es la única que ve, no, te diría mentiras, son varias marcas las que me gustan

N: ¿en R2R te ofrecieron algún incentivo, un descuento o algo que te llamó la atención y que pues te ayudó a tomar la decisión?

A: si me la ofrecieron pero no tomé la decisión por eso

N: ¿qué incentivos te dieron?

A: no pues ya en los accesorios en todas las cosas pues

N: ahora entonces pasemos a la parte posventa, ¿has llevado tu moto a las revisiones cumplido?

A: sí, total, pues solo he tenido una pero cumplido y perfecto todo, la atención perfecta, pues como yo la traigo cada 15 días a que me le revisen niveles y de una pasa, me la revisan mientras estoy tomando un vasito de agua conversando y vuelven y me la entregan

N: ah bueno me cuentas que cada 15 días la traes, ¿es como un mantenimiento preventivo que le haces a tu moto?

A: por lo cansón que soy yo, como he manejado talleres, pues a la gente se le olvida hacer todo eso pero yo sé lo que es la vida de un motor, sé que son el aire para las llantas, sé lo que son los frenos entonces soy como más preventivo en ese tema, hasta la vida de uno

N: ¿las revisiones te las cobran, son gratis, cómo funciona pues esta parte?

A: esa revisión cada 15 días no, porque es como una entrada de revísamele el aceite, revísamele el nivel de líquido refrigerante y ya pues, no es como la metida, sino un chequeo, échamele airecito

N: ¿y la revisión que hiciste de kilometraje?

A: es que la primera era gratis, le cobran a uno los insumos y perfecto porque el precio súper bien, todo súper bien, la segunda creo que ya si cobran la mano de obra, no me acuerdo, te diría mentiras pues

N: ¿has tenido que traer tu moto al centro de servicio por alguna falla, por garantía o por alguna falla que hayas tenido?

A: no, pues por un tornillito pero eso para mí no es garantía

N: cuando llevaste tu moto a revisión, ¿la dejaste y la recoges después o te quedas acá viendo lo que le hacen?

A: no, no, me fui porque no me da tiempo, ojalá pudiera quedarme, como soy de gomoso me gustaría quedarme a ver como la desbaratan para aprender pero no, no pude

N: ¿aquí te ofrecen la posibilidad de quedarte viendo?

A: pues uno no puede entrar a la parte donde trabajan, eso es más por seguridad y eso lo entiendo yo, pero pues uno desde el escritorio de David alcanza a mirar y sabe qué están haciendo

N: en estas revisiones, ¿cuánto se te demoraron en entregarte la moto?

A: creo que la traje por la mañana y me la entregaron por la tarde, pues lo que me habían dicho

N: y ¿tú la trajiste pidiendo cita o simplemente viniste y la dejaste?

A: pedí cita, para la revisión si es con cita

N: la cita ¿la pediste por teléfono o viniste y la agendaste?

A: por teléfono, llamé y pregunté que cuando la podía traer

N: ¿cómo es la recepción de la moto?, pues te dan una orden de entrada

A: sí, me dan un papel, me dicen que la recibieron, pues la conformidad, porque ellos también se tienen que cuidar que si la moto tiene un rayón o tiene alguna cosa que uno se las está entregando así, pues así hace

N: ¿quién te hace esa recepción de la moto, el mismo técnico?

A: no, yo creo que David

N: para entregártela, ¿te llamaron o te dijeron una hora y tú llegaste a esa hora?

A: no, me dijeron “venga al finalizar la tarde, tipo seis de la tarde” y ya yo llegué y la moto estaba lista

N: ¿cómo te la entregaron, te explicaron qué le habían hecho?

A: sí, “Alberto le hicimos esto, todo está bien”, pues como todo el chequeito

N: ¿tú revisaste la moto antes de salir?

A: sí, la revisé completa

N: ¿cómo te pareció este proceso, el servicio que te prestaron, el técnico, David?

A: excelente, son muy claros, tienen la lista de chequeo “venga es que le vamos a revisar esto y esto, se le revisó y vimos esto, hicimos esto”, entonces como debe ser, con la listica ahí claro todo

N: ¿las instalaciones del centro de servicio te parecen adecuadas, amplias?

A: completamente adecuadas, muy organizadas, limpio, pues que no se acostumbra a ver un taller tan limpio

N: ¿para ti es importante que un taller sea limpio, organizado?

A: sí, completamente, es que debería ser una directriz pues porque si el taller está sucio la moto te la van a entregar sucia, pues lo digo porque yo también he manejado talleres y era lo primero que pedía, pasaba dando vuelta “venga que pasa acá, qué pasa acá”, es muy importante, es presentación del negocio

N: ¿la moto te la entregan lavada o simplemente te la entregan?

A: me la entregan lavada

N: ¿es un servicio adicional, pues como un valor agregado o te cobran por esto?

A: yo creo que es un valor agregado, pues yo la traigo a lavar acá pero cuando la traje para la revisión me la entregaron lavada

N: tú todo lo que le haces a tú moto, o sea no la toca nadie más que no sea del centro de servicio de KTM?

A: no, no la toca nadie más

N: ¿ni tú por las mañanas?

A: no nada, yo siento que le está pasando algo y vengo “vea le está pasando esto y esto”

N: ¿usualmente tú llamas a hacer seguimiento de cómo va la moto?

A: no, como es solo un día no, pues igual yo solo la he traído una sola vez, me dijeron a tal hora y ya me desconecté

N: ¿qué tan importante es para ti la agilidad en este tiempo de entrega?

A: muy importante, el cumplimiento es primordial porque es que es el medio de transporte mío, yo no tengo la moto y el carro, pues a mí no me gustan los carros entonces con la moto es todo el día

N: ¿cuál es el momento más importante de la parte posventa?, ¿qué crees que es lo más importante para ti en un centro de servicio y en toda la atención de estas revisiones?

A: el tema más importante es que me vendieron lo que yo necesitaba, pues estoy contento con mi moto, no estoy “qué tal si hubiera comprado esta, qué tal si hubiera visto esta otra”, no, me vendieron lo que yo necesitaba

N: pero en la parte posventa, pues como lo más importante que tú buscas en un centro de servicio

A: el respaldo, que tengan los repuestos, que no me digan que tengo que esperar 15 días por un repuesto, hasta ahora todos los han tenido, por lo menos la moto no me ha pedido nada raro, pues siquiera, pero cuando he comprado todos los gallitos y todas las vainas “ve que quiero esto” – “ah sí véalo”, pues la agilidad, que tengan los repuestos ahí y en eso es muy bueno Auteco

N: ¿le has comprado muchos accesorios a tú moto?

A: todos

N: ¿cómo cuáles?

A: todas las tapas, KTM vende las tapas de lujo para todo, las calcomanías, las barras, los hand-saver, el mofle, todo

N: ¿cuál es el momento en el que te sientes más satisfecho en esta parte posventa?, pues de pronto en la recepción, cuando te la están revisando, cuando te llaman a decirte que ya está lista, cuando te la entregan

A: cuando salgo en ella otra vez, pues porque como te digo cuando uno es enfermo por las motos la parte más feliz es estar montado y que todo funcione perfecto

N: ¿qué te sorprende positivamente de este taller R2R?

A: a mí me parece una cosa muy charra porque trabajo en eso y sé lo que buscan, es “bienvenido a la familia naranja”, cuando te entregan la moto te dicen eso y en realidad esta gente lo toma no como un slogan, sino que yo llego acá y desde Mónica que es la niña de la caja, hasta los mecánicos me saludan por mi nombre “que hay, ¿cómo estás, cómo te

fue con lo que compraste?”, entonces es bacano porque no lo hacen como es el slogan por cumplir y de verdad yo siento que lo hacen y lo cumplen

N: de pronto en la parte posventa del taller, ¿crees que tengan algo por mejorar, que puedan hacer algo mejor?

A: no, en este momento con todo lo que me ha ocurrido a mí voy bien, perfecto, yo llego “ve le está sonando esto”, de una salen, me atiende, me corren pues

N: ahora saliéndonos del tema concesionarios y centros de servicio, ¿conoces si la marca KTM o Auteco en este caso, tienen canales de atención para los clientes?

A: ¿cómo así?

N: pues donde tú te puedas comunicar con KTM, Auteco, pues con la ensambladora

A: que yo sepa no, debe haber, pues porque siempre ponen como línea directa, en alguna parte lo he visto

N: ¿nunca la has usado?

A: no porque pues aquí me han solucionado todo

N: ¿la marca KTM se comunica contigo y con los clientes de alguna forma, emails o algo así?

A: pues la tienda tiene perfil en Facebook, entonces los sigo y por ahí hacen como lo de las montadas en semana, en fines de semana, también me volví fan de KTM Colombia entonces me muestran los lanzamientos, como todas las cosas nuevas de las motos

N: pero, ¿nunca te han enviado comunicaciones?

A: no

N: ¿te gusta participar en estos eventos y en estas rodadas que tiene el concesionario?

A: sí yo salgo, pasa uno rico un rato y habla paja

N: ¿para ti es importante que una marca ofrezca esto o no es indispensable para ti?

A: eso es rico, porque es que uno ahí puede conocer las otras motos, antojarse de otras cosas, de pronto si uno no tiene tiempo de venir a la tienda con eso se da cuenta que está pasando en la tienda o qué llegó nuevo, me parece importante que haya esa comunicación,

esa cercanía pues con el cliente final, porque ahí en un ambiente más relajado y sin querer queriendo si lo aprovechan bien es un estudio de mercado ni el verraco, uno si es avisado se va con unas preguntitas y va sabiendo cómo está el taller, qué está pasando en la sala de ventas, qué está pasando con los accesorios, ahí te das cuenta de todo

N: ¿tú volverías a comprar una moto KTM?

A: sí

N: ¿la recomiendas siempre a tus amigos, a tus conocidos?

A: sí, lo que me falta es plata, por mí tendría tres

N: con las otras motos que has tenido, ¿cuándo las compraste todavía tenían garantía o estaban por fuera de garantía?

A: la Versys estaba con garantía cuando la compré, las otras por fuera, pero nunca tuve cercanía con la tienda o el concesionario, pues yo te decía ahorita que es un plus que tengo el taller y el concesionario juntos, entonces es muy bacano porque no me toca ir a una parte a comprar una cosa e ir a llevarla a otra parte para que me la instalen, no, aquí ya me llevan la hoja de vida de todo

N: con estas motos que tuviste anteriormente, ¿las llevaste a los centros de servicio de las marcas?

A: la Versys sí, que es Moto House, me queda también cerquita, y pues con Coco, es buen mecánico y sé que es serio con eso entonces ahí la llevaba siempre

N: o sea, ¿el proceso allá también fue bueno?

A: sí, fue bueno

N: si lo comparamos con este acá en R2R, ¿qué ventajas le encuentras el uno o al otro?

A: es que en realidad nunca me ha tocado llevar la moto porque esté molestando, ahí es donde uno puede medir bien como el servicio de un taller, hasta ahora ha sido preventivo, el día que pase alguna cosa me dará cuenta que tan bueno es o no, porque es ahí donde uno le mide el aceite a los talleres

N: ah no listo, Alberto muchísimas gracias por todas las cosas que nos cuentas, nos van a servir mucho para el trabajo

A: si cualquier cosita con mucho gusto me contas

N: muchísimas gracias

Entrevistado	Diego Ríos (D)	Fecha	11/03/2014
Entrevistador	Natalia Vargas Arboleda (N)	Hora	9:30p.m.
Lugar	Estación de gasolina ESSO Industriales	Duración	36 min
Marca	Yamaha	Referencia	R1

N: Buenas noches, estamos en una entrevista pues para mi trabajo de grado, la idea es que nos cuentes un poco tu experiencia con tu moto, los concesionarios, los centros de servicio y en general todas las experiencias que has tenido con las moto gama alta. Entonces primero quiero que te presentes, nos digas tu nombre, qué haces

D: bueno, primero que todo buenas noches, mi nombre es Diego Ríos, soy investigador judicial, en el momento me desempeño como escolta. Bueno yo he tenido muchísimas motos, alrededor de unas diez motos de alto cilindraje y la mayoría han sido Yamaha, de concesionario he sacado dos motos, una XT 660 y una R1 Yamaha, siempre he estado con la marca Yamaha, me gusta muchísimo la marca Yamaha, tuve Honda y la verdad no me acomodé, muy difícil conseguir los repuestos de la marca Honda, sabiendo que puede ser hasta muy buena pero Yamaha tiene un poquito, o sea un poquito más de respaldo con los repuestos aunque siempre es complicadito conseguir un repuesto así de afán en un almacén de Yamaha para una moto de estas de alto cilindraje

N: ¿cuándo compraste la R1?

D: La R1 la compré en el año 2008

N: ¿es modelo 2008?

D: es modelo 2008

N: ¿desde cuándo manejas moto?

D: yo manejo moto desde los 16 años, he tenido en todo mi historial haciendo cuentas 35 motos en toda mi vida, yo mejor dicho he vivido toda mi vida en moto, de alto cilindraje hace más o menos unos diez años y pertenezco a un club de motos de alto cilindraje donde ahí si hay de todas las marcas de motos

N: ¿cómo se llama el club?

D: el club se llama RPM bites, el club cuenta con diez años de existencia, de hecho yo soy el fundador del club

N: ah súper bien, ¿el club tiene presidente?

D: sí, pues tenemos un presidente que es el que maneja el whatsapp, toda la información de las salidas, las rodadas y todo eso, pero yo soy como el comunicador social si podemos llamarlo así porque yo soy el que me encargo de las reuniones, por ejemplo mira que ahora nos carné tizamos, tenemos ya carné, yo conseguí los carné con la Alcaldía, por ahí también estoy gestionando unas camisas con la Alcaldía, pues es que nosotros somos muy reconocidos en Medellín, somos el club más grande que ha habido en Medellín de alto cilindraje

N: entonces ahora me cuentas por qué decidiste comprar esta R1 y toda la experiencia que has tenido hasta el momento

D: bueno, porque primero que todo me parece que es una moto demasiado buena, demasiado buena, de pronto por sonido, es más comercial, o sea la marca Yamaha es la más comercial acá en Colombia y uno muchas veces compra una moto de estas pero teniendo en cuenta el momento en el que toque venderla, porque uno no va a tener esa moto toda la vida, entonces uno busca la manera de comprar una moto buena pero que la pueda vender rápido cuando la necesite vender, fuera de eso por el cilindraje siempre he tenido R1, todas mis motos han sido así porque lógicamente corren mucho más y a mí me encanta la velocidad, entonces yo por eso siempre tiro por Yamaha y R1 por cilindraje

N: ¿Cuándo estuviste buscando la moto, qué otras motos consideraste, que otros concesionarios visitaste?

D: bueno yo estuve mirando Honda, la RR 1000, pero como te dije a la hora de mirar respaldo, si en Yamaha se demora tres meses un repuesto, en Honda se demora seis meses y vale el doble, vea mejor dicho usted va a Honda y no consigue un tornillo ni unas pastas, es muy complicado y fuera de eso valen el doble que lo que cuestan en Yamaha, entonces miré esa, miré también la opción de KTM pero en KTM qué pasa, que hay muy poquitas y más bien a la hora de vender es complicado, es una moto muy dura de vender, entonces por eso me inclino siempre a la marca Yamaha

N: cuando estas en este proceso de exploración para decidirte por cuál moto comprar, ¿investigas en blogs, foros, redes sociales?

D: haber, no, yo no investigo nada de eso, si no que yo de motos de alto cilindraje ya conozco demasiado, imagínate toda una vida en una moto y ya he tenido diez motos de alto cilindraje, entonces uno va conociendo a medida que vas hablando con los compañeros, que de pronto te metes a internet, no a foros si no que vos tenés una duda y la investigas rendimiento, los caballos, pero eso no lo hace a nivel de foro si no personal,

yo lo hago personal, yo de pronto investigo lo que yo no sé, yo afortunadamente soy mecánico también, hice el curso en el cena entonces entiendo mucho y lo que no entiendo, lo que no sé lo investigo yo solo, no en foros

N: y con tus amigos, los conocidos

D: si con los compañeros de club, eso lo debatimos mucho, por ejemplo hay compañeros que van a comprar moto entonces así en las salidas como por ejemplo hoy que están todos reunidos empezamos a preguntar “¿qué te pareció esta moto?”, entonces ya todo el mundo empieza a dar la opinión, “ve esta moto esto, ve esta moto es bacana por esto, ah no pero es que esta moto es maluca por esto, esta moto tiene estas falencias”, y de pronto ellos se apoyan mucho en eso, o nos apoyamos todos, por ejemplo cuando vamos a comprar llantas, la mayoría usamos las mismas llantas, porque nosotros manejamos velocidades muy altas, estamos hablando de 270 o 280 kilómetros por hora y volteamos durísimo, estamos hablando de vueltas de 180 kilómetros por hora, entonces necesitamos muy buenas llantas, entonces como debatimos la marca de llantas para usar se hace lo mismo con las motos, aunque no todas las motos no son iguales porque hay marcas de motos de todas las clases, hay Honda, Yamaha, Kawasaki, KTM, ¿si me entiendes?, pero a pesar de que hay tantas motos no dejamos de debatir las bondades de cada moto

N: ¿en qué concesionario compraste la R1?

D: en Yamaha

N: ¿recuerdas el nombre o por dónde queda?

D: no ese se llama Yamaha de la 33

N: ¿el que queda en el round point de San Diego?

D: en el round point de San Diego

N: ¿cómo te parece la ubicación de este concesionario, te parece importante que un concesionario tenga una buena ubicación?

D: haber, me parece por ubicación excelente, pero tiene un problema muy grande y es que no tiene fácil accesibilidad a los usuarios porque no hay parqueaderos entonces es muy complicado, toca dejar la moto afuera exponiéndose a que pase el tránsito y se la lleve, como ya ha pasado, se han llevado muchas motos porque está prohibido, o sea, tienen un espacio para cuadrar cinco motos donde diariamente pueden entrar más de 100 clientes, entonces te imaginas, pienso yo que es la única falla que tiene ese concesionario

N: ¿Cuántos concesionarios visitaste antes de comprar la R1?

D: no, la verdad solo ese porque sabía que allá estaba

N: ¿cómo te pareció la atención en el concesionario, quien te atendió?

D: normal, a mí me atendió un vendedor, normal, o sea lo normal cuando vos entras, ellos te empiezan a explicar la moto, las bondades de la moto y todo esto, pues conmigo no se demoró mucho porque yo ya sabía que moto era la que iba a comprar, de pronto lo que él me estaba explicando yo ya lo sabía y de pronto hasta más, entonces cuando ya él me hablaba de una cosa, “ah si yo sé esto, yo sé esto”, pero de todas formas muy buena la atención

N: cuándo tú estás con un vendedor, pues un asesor comercial, ¿qué es lo que más te parece importante de él, que te brinden buena asesoría, o atención, servicio?

D: primero que todo es la atención, yo creo que un asesor vende es por la atención, cuando usted recibe y atiende al cliente, para mí ahí empieza la venta, o sea la venta no empieza cuando a usted empiezan a decirle “vea le vendo esta moto, esto, esto”, no, la venta empieza desde el momento que usted lo recibe “señor bien pueda siga, buenos días”, o sea el recibimiento inicial, desde ahí yo pienso que empiezan a vender

N: ¿cuántas veces visitaste este concesionario antes de comprarla?

D: antes de comprarla, no pero es que yo siempre he comprado todos mis repuestos en este concesionario

N: pero me refiero a cuando estabas decidido a comprar esa moto, ¿cuántas veces fuiste, o el mismo día que fuiste la pagaste?

D: sí, como te digo, o sea, yo fui, separaron la moto, yo di una plata, ya cuando me dijeron que la moto estaba lista ya yo fui por ella

N: ¿conocías a algún vendedor o al administrador de la tienda?

D: no, varios mecánicos, conozco varios mecánicos del taller de este concesionario, lógico pues porque me han arreglado motos, porque yo he llevado otras motos, otras R1 las he llevado a que me las arreglen allá y pues lógicamente esta que ya tocó llevarla por garantía y todo esto

N: ¿qué tan importante es para ti que los asesores te den una buena asesoría?

D: uy no, importantísimo, demasiado porque haber pues en el caso mío afortunadamente yo sé y entiendo del tema, pero por ejemplo una persona que no saben nada, como muchas veces llegan que ni siquiera saben manejar la moto que van a comprar, entonces imagínate donde no les den la asesoría completa del producto que están comprando, eso es un peligro, ¿si me entiende?, y bueno yo digo peligro pero también sería muy maluco yo comprar una cosa de la que no tengo la información, entonces me parece eso 100% indispensable

N: y por ejemplo en este caso que tú tienes mucho conocimiento del tema de las motos, ¿qué crees que igual un asesor te debe de decir sobre la moto, el modelo de la moto, qué crees que aunque tu sepas mucho te deban aclarar?

D: bueno, primero que todo el respaldo, que me digan “usted está comprando esta moto, cuenta con este respaldo”, y que después entren a explicarme las bondades de la moto, por ejemplo “esta R1 1000 tiene tantos caballos de potencia, el caballo de fuerza por kilo de peso, viene con llantas tal, trae freno disco adelante atrás, trabaja con inyección, tiene un mapeo de tres mapas”, o sea todas las especificaciones de la moto, que en el momento que yo salga sepa para que son cada botón, las bondades que tiene la moto, la velocidad que puedo desarrollar, o sea que vos no estés crudo y que en cualquier momento te pase algo y “ah me dijeron que esto funciona así”, porque muchas veces a los concesionarios llevan motos por bobadas, de pronto no me explicaron bien un temita y puede ser cualquier cosa insignificante pero como no le explicaron ya la llevan allá por garantía y es como una pérdida de tiempo

N: ¿Cuándo estabas comprando la moto, el concesionario tenía *test drive*?

D: ¿tenía qué perdón?

N: pues prueba de ruta

D: ¿Cuándo me entregaron la moto?

N: o sea, antes de entregarte la moto, ¿tú hiciste prueba de ruta, pues probaste la moto antes de montarla?

D: no

N: ¿tú sabes si el concesionario ofrece este servicio?

D: haber, yo sé que le hacen prueba de ruta cuando tú la llevas a reparar si le hacen prueba de ruta antes de entregártela a ti

N: pero me refiero a los *test drive* para que tu pruebes la moto, te prestan la moto para que tu ruedes

D: no, no lo hacen

N: ¿te gustaría que lo hicieran, te parece importante?

D: pues a ver que te digo, lógicamente sería muy muy bueno usted sentir y manejar lo que va a comprar, pero pienso que no es rentable porque por ejemplo tú me dices a mí “esta es la moto que usted va a comprar, vaya y dele una vuelta”, ¿y si yo me caigo?, ¿y si yo me choco y daño la moto?, ese es el problema, pues para mí si sería muy bueno y para muchas personas sentir lo que usted va a comprar antes de tomar la decisión porque de pronto a vos no te puede gustar, pues no es lo que vos esperabas y en esa prueba de ruta usted puede decir “no, no me gustó”, para mí sería muy bueno pero me imagino que para ellos no es rentable

N: pero por ejemplo algunas marcas y en algunos concesionarios hacen *test drive*, tienen unas motos demo para que la gente las ensaye y firman algún contrato

D: pero yo te voy a decir cuál es la diferencia, si yo me voy para AKT, tienen motos demo, pero ¿cuánto vale una moto AKT?, tres millones y medio, ¿cuánto vale una R1?, cuarenta y tres millones de pesos, ¿ves la diferencia?

N: no pero te estoy hablando de motos gama alta, pero no sé si en ese concesionario ofrecen, pues me imagino que no porque por lo que me estás diciendo

D: nada, ¿en motos pequeñas?

N: no en motos grandes también

D: o sea, la prueba de ruta y eso en motos grandes yo sé que no lo hacen, por ejemplo lo que sé que si hacen es que han traído motos para hacerle el lanzamiento acá, entonces hacen la propaganda y ahí si dejan que prueben las motos, pero es porque la van a introducir, no porque la compren y vayan y den una vueltica en la moto que usted esté comprando no, yo pues no me he dado cuenta que le hagan a muchos compañeros que han comprado, yo he comprado dos y nunca

N: ¿te gusta ensayar otras similares que tengan tus amigos o tú con solo mirarlás t montarte ya sabes que esa va a ser la tuya?

D: sí, yo soy así, pues yo no ensayo, como te digo pues de pronto en mi caso porque ya conozco la moto, entonces yo ya sé que es la moto, entonces no siento como esa curiosidad de ensayar otra moto

N: ¿tú compraste la moto financiada o de contado?

D: de contado

N: pero ¿de contado pidiendo un préstamo con una entidad bancaria?

D: no, de contado

N: hablando ya del momento de entrega, cuando te estaban entregando la moto, ¿te informaron una fecha para la entrega?

D: si claro porque afortunadamente la moto ya estaba en el almacén, no tuve que esperar que la trajeran de algún lado, si no tres días mientras la matriculaban y todo eso y ahí afortunadamente si me cumplieron

N: ¿cumplieron con las fechas?

D: sí

N: ¿cómo es el proceso de entrega en ese concesionario de Yamaha?

D: no pues el proceso de entrega es normal, como te dije yo llegué y pedí en sí la moto, entonces ya empezaron a matricular, ya me entregaron factura, papelería, pasar a la caja y cancelé, ya después de que cancelé me entregaron los formatos de las garantías, volvieron y me explicaron, un mecánico me explicó todo lo de la moto y ya, cuando ya estuvo esto ya me entregaron la moto

N: ¿más o menos cuanto tiempo se demoró esa entrega de la moto?

D: por ahí unas cuatro horas más o menos

N: ¿Cuándo te la entregaron te explicaron los detalles de la moto o tú ya conocías entonces no te explicaron mucho?

D: bueno, a mí me explicaron todos los detalles de la moto, unos muy poquitos que no sabía y otros que ya tenía claros

N: ¿crees que eso es importante, que te den toda esa información antes de salir?

D: me parece tan importante que el asesor brinde esa información como cuando te la están entregando, es como reforzar lo que el vendedor te dijo que era la moto, cuando la están entregando para mi es importantísimo porque te están reforzando esa información de la moto

N: de todo este proceso comercial que hablamos, desde la exploración inicial, de cuando estabas buscando la moto, hasta el proceso de entrega, ¿qué momento crees que es más importante para ti, mas indispensable para ti en un concesionario, en una marca?

D: para mí lo más importante es cumplir el plazo de entrega, porque estamos haciendo un negocio, que si yo te digo a ti cuánto vale esa moto, y te digo “si yo te la pago, ¿Cuándo te demoras para entregármela?”, entonces yo pienso que si usted da un tiempo, me tiene que cumplir con ese tiempo, porque es que para mí sería un irrespeto, me parece un irrespeto que yo le compre una cosa y usted por amarrarme a mí me diga cualquier fecha con la que no me va a cumplir, entonces eso es para mí más indispensable, cuando a usted le digan tres días se demoren tres días, si dijeron que cuatro se demoren cuatro, no que le digan cuatro y se demoren ocho

N: ¿en cuál de estos momentos te sentiste más feliz, más satisfecho, pues como con una sensación de éxito en todo este proceso?

D: cuando me llevé la moto para mi casa

N: ¿Cuándo ya pudiste salir con ella?

D: sí, cuando ya la moto nueva y me pude dar la vuelta y ensayarla, si cuando ya vi que la moto era mía, ya la había pagado y todo

N: ¿de pronto en este momento el concesionarios te expresaba este mismo sentimiento o para ellos es entregar una moto más y ya?

D: no, ellos si lógicamente. Te voy a decir la verdad, por ser una moto de alto cilindraje, una venta grande, de pronto no es lo mismo que una moto pequeña, lógicamente celebran más, se ve más la euforia cuando vos compras una moto carísima, pero yo sé que si vos compras una Biwis, te van a decir “ah si felicitaciones” y si una Biwis, entonces de pronto eso si noté yo, la diferencia por la moto y la atención conmigo fue diferente con una persona que estaba comprando una Biwis precisamente, o sea lo traigo a colación porque yo lo vi

N: ¿entonces si te hicieron sentir especial?

D: sí claro

N: ¿la marca te ofreció algún incentivo, un descuento para que compraras la moto?

D: me ofrecieron y me regalaron un casco, que pienso yo que ese casco y nada, pues no siendo mal agradecido pero un casco de 100 mil pesos, bueno en todo caso es regalado y uno lo recibe, pero me parece que es poco

N: por ejemplo, ¿ese casco cumplía con todos los requisitos?

D: no, ese casco en una destortillada a cien por hora y usted se mata, es un casco desechable

N: bueno ahora hablemos de la parte pos venta, cambiando un poquito el tema, ¿a cuantas revisiones de kilometraje llevaste la moto?

D: yo te voy a decir la verdad, la llevé apenas a dos, la llevé apenas a dos y ya a la tercera la hice yo y de ahí en adelante seguí yo porque es que me parece que es demasiado costoso, o sea, vale el doble que lo que me valió haciéndola yo, entonces lógicamente es una diferencia grande, entonces por eso de la tercera en adelante opté por hacerlas yo

N: ¿si faltabas a esas revisiones no perdías la garantía de la moto?

D: sí

N: ¿entonces asumiste ese reto?

D: si yo asumí el riesgo y de hecho muchos asumen el riesgo, afortunadamente yo lo asumí y nunca tuve inconvenientes

N: ¿nunca tuviste fallas por garantía?

D: nunca

N: ¿el centro de servicio también es ahí en Yamaha de la 33?

D: ahí en San diego, si en la 33

N: ¿cómo es la atención, cómo es el servicio?

D: bueno ¿estamos hablando del taller o de la venta de los repuestos?

N: del taller

D: del taller como tal, bueno. Bueno a ver, para motos de alto cilindraje hay personal especializado, pues lógicamente para motos pequeñas pues los técnicos normales, pero para motos de alto cilindraje si hay dos mecánicos que solamente ellos tocan las motos de alto cilindraje, pero me pasó algo muy extraño, y me parece que para ser un concesionario distribuidor de Yamaha carecen de ciertas herramientas para poder desarrollar bien la reparación de una moto, por ejemplo la moto ya después de la garantía y todo eso, la llevé a que me la repararan y necesitaban un escáner y no lo tenían, o sea, la empresa que fabrica las motos, que ensambla las motos y no tiene un escáner

N: ¿no tienen toda la indumentaria para arreglar tu moto?

D: no, no tienen toda la indumentaria

N: ¿Cómo es el proceso de recepción de la moto, tú tienes que pedir cita para llevarla?

D: no, tú la llevas, para qué pero en ese sentido si son ordenados. Tú la llevas, inicialmente te atiende una persona a la entrada del taller, anotan en una planilla los daños por los cuales tú llevas la moto, esa la re misionan y ya la pasan adentro del taller y ya esa remisión se la pasan al mecánico, ya el mecánico coge la remisión y empieza a ver las fallas que tiene la moto y ahí es donde empiezan a reparar, de acuerdo a la remisión

N: ¿tú te quedaste en algún momento esperando el proceso de revisión de tu moto o te ibas y la recogías?

D: no, uno no se puede quedar allá, ya uno volvía después a recoger la moto

N: ¿cómo eran esos plazos de entrega, te informaban en qué fecha te la iban a entregar o te decían que se comunicaban contigo cuando estuviera lista?

D: pues que supuestamente se comunicaban conmigo, pero a ver, la última vez que yo llevé la moto allá me pasó algo muy particular, la moto se llevó por cierto año, el cual se arreglaba solo, pues porque la ECU se bloqueó pero eso se desbloqueaba solo, y tuvieron que llevar dos mecánicos y no pudieron dar con el daño, y nada más por revisarme el sistema eléctrico me cobraron 500 mil pesos, entonces ahí fue donde yo dije “no vuelvo a Yamaha”, porque no le hicieron nada a la moto, solamente revisaron el sistema eléctrico y me cobraron 500 mil pesos, que porque es que ellos cobran es por hora, por tiempo, entonces como le decía yo al señor “o sea que si el arreglo de mi moto se demora tres días en encontrarlo que eso es negligencia de ustedes ¿me van a cobrar cuántas horas?”, entonces me toca vender la moto para pagarles

N: ¿qué te respondían en esos casos?

D: ah no que es que ellos cobran es así, por horas, muy mal hecho me parece, mal hecho del todo y fuera de eso traen dos mecánicos y eso no es culpa mía, o sea que si traen cinco mecánicos me toca a mí pagar los cinco mecánicos, no yo traje mi moto ustedes verán si traen a dos, veinte. En todo caso fue que no me solucionaron nada y me cobraron 500 mil pesos, entonces fue ahí cuando yo decidí que no volvía a llevar la moto a arreglar a Yamaha

N: entonces me dices que no se comunicaron contigo para avisarte cuando tenías que ir por la moto, entonces ¿tú eras el que los llamabas a ellos?

D: exactamente, yo era el que llamaba o el que iba

N: ¿los tiempos te los cumplieron o se quedaron más tiempo con la moto?

D: es que se quedaron más días, se quedaron tres días

N: este en el caso que me dices que se te bloqueó la ECU, pero ¿en las revisiones más o menos cuánto se demoraron?

D: en las revisiones sí, o sea “venga tal día”, o la dejaba y venga mañana por ella

N: ¿te cumplían siempre?

D: sí porque era algo mínimo, imposible que no, pues para hacer un cambio de aceite, un cambio de líquido no es como mayor cosa tampoco

N: en el caso cuando la llevaste por la ECU, ¿nunca te comunicaron “mira ya sabemos qué le pasó o nunca hemos podido dar con el daño”, nunca tuvieron contacto contigo?

D: no, yo siempre iba y llamaba

N: ¿qué tan buena es la atención de los técnicos en el centro de servicio?

D: ¿de los mecánicos?

N: sí

D: no, excelente para qué, o sea, son gente capacitada, a ellos los capacitan y son muy formales, ellos le explican a uno todo el procedimiento, lastimosamente a mí me pasó lo que te digo de la ECU's, pero pues hay de casos a casos, ese fue uno que de pronto nunca supieron decirme qué fue lo que pasó, precisamente por falta del escáner, ahí es a donde voy yo, pero la atención de los manes es excelente, ellos le dicen a uno “vea la moto tiene

esto, se le va a hacer esto” y no le hacen nada la moto sin primero hablar contigo que es lo más importante

N: ¿te piden la autorización?

D: si claro, es lo más lógico

N: cuándo te la van a entregar, ¿cómo es esa entrega?

D: lo mismo, con la remisión le dicen a uno “bueno usted dijo que la moto tenía esto, ya no lo tiene, chequee”, le revisan a uno, tenía esto y mire que ya no, o sea le chequean todo lo que uno dijo que tenía la moto ya reparado

N: ¿tú la revisas antes de salir, que no haya tenido ningún rayón?

D: si claro, yo siempre revisaba si me faltaba un tornillito y me lo ponen, porque si uno entrega las cosas completas, completas se las deben de devolver

N: ¿cómo son las instalaciones de ese centro de servicio?

D: excelentes las instalaciones, muy buen espacio, organizado, aseado, no eso sí, impecable todo, nada de grasa

N: ¿te entregan la moto lavada?

D: si claro ellos la lavan

N: ¿para ti eso es importante?

D: demasiado, eso es una carta de presentación, eso es amarrar clientes, porque si yo te llevo una moto sucia y me la devuelves sucia, cochina, o sea va a dar la impresión de que no me le hicieron nada a la moto, mientras que vos llevas la moto sucia, la reparan y te la entregan limpiecita, como nueva, vos salís contento “¡uy si se ve que le hicieron!”, ¿si me entiendes?, el significado que tiene una simple lavada

N: ahora de este proceso pos venta, para ti, ¿qué es lo más importante que te debe ofrecer el centro de servicio?

D: solución a los problemas mecánicos con que llegan las motos, por ejemplo yo llegué con el ingeniero del taller y le dije “hermano como va a ser que usted aquí no tiene la herramienta para arreglar la moto si es que ustedes son los que hacen las motos, las traen, las ensamblan y ¿no tenés un escáner?”, es impresionante, yo no creía, entonces para mí es

muy importante eso que si yo te llevo la moto tengas todos los medios o tengas toda la herramienta para solucionar cualquier problema de la moto que ellos me están vendiendo a mi

N: cuando tú la llevabas a revisión, ¿te decían los costos exactos antes de hacer la revisión?

D: ellos me decían los costos antes, o sea, la revisión de esto vale tanto y si había que adicionar algo entonces le decían “la revisión vale esto y como hay que adicionarle esto entonces ya es tanto”

N: ¿qué te sorprende positivamente de ese centro de servicio?

D: positivamente, la manera de vender, pues si porque eso se mantiene lleno, no solo de garantía, de pronto por servicio pues a mucha gente no ha tenido inconvenientes y lleva la moto así no sea por garantía, cualquier daño, la manera de vender impuestos, mejor dicho Yamaha de San Diego jamás está vacío

N: ¿qué te gustaría que mejoraran en ese centro de servicio?

D: hubo algo que si me pareció más increíble todavía, los vendedores de repuestos, no todo el personal está capacitado en vender repuestos de motos de alto cilindraje, porque yo fui a comprar dos repuestos, un empaque de culata y un cable de clutch, me atendió una pelada que no tenía ni idea de donde estaba parada, que cuando leí el código del empaque de culata me dijo que no existía, que no estaba ni siquiera codificado, le di el código del cable del clutch y que no que eso no aparecía, que allá nunca habían vendido eso, llamé a Bogotá y me dijeron “hermano pero es que en San Diego hay empaques de culatas y cables de clutch” y yo ya había pagado el doble por un cable de clutch que porque supuestamente en Yamaha no había, o sea, el cable valía 60 mil pesos y yo ya había pagado 130 mil pesos por eso, entonces yo al otro día fui e hice el reclamo, cómo así a esa pelada la tienen ahí parada vendiendo y no sabe ni siquiera donde está parada, nos fuimos a mirar ahí en el inventario y había tres empaques de culata y dos cables de clutch y ella me aseguró, me re aseguro que eso no existía. Entonces eso me parece importantísimo, que capaciten, o sea que los vendedores que estén allá vendiendo sepan realmente qué es lo que le están pidiendo, pero la pelada uno le hablaba cualquier cosa y “ah ah ah”

N: ¿el centro de servicio ofrece algo adicional, valores agregados cuando tú llevas la moto a reparación?

D: no, cuando tú llevas la moto a reparación o garantía, no nada, de pronto cuando compras te regalan un casquito de 40 mil pesos

N: pero ya en el centro de servicio, por ejemplo lo de la lavada de la moto, ¿a ti te parece un valor agregado?

D: ah no sí, eso sí es un valor agregado porque eso no lo cobran, pero claro eso es un valor agregado

N: y ¿qué otros valores agregados te ofrecen?

D: no nada, la lavada no más

N: ¿tú conoces si Yamaha realiza eventos, tiene comunicación directa con los clientes?

D: no, por ejemplo nosotros con el club nada, que por ejemplo Yamaha nos va a invitar a algo, no, de hecho pues eventos Yamaha nunca

N: ¿nunca hacen rodadas o envían e - mails cuando lanzan una motocicleta?

D: no, no

N: ¿te gustaría que hicieran este tipo de cosas?

D: claro, chévere, que al menos patrocinen porque es que en Medellín y en Colombia imagínese cuántas motos no venden, ellos no patrocinan nada, no hacen eventos, o sea no estimulan la gente

N: por ejemplo eventos que hacen otras marcas ¿te gusta participar o no los conoces?

D: no la verdad más bien poco, yo sé que de pronto si hay otras marcas que Kawasaki si ha hecho eventos, pero no yo no me intereso en nada, yo no sé, yo estoy casado es con Yamaha

N: igual tú estás en tu grupo

D: ah no claro nosotros rodamos cada ocho días, martes, jueves y los domingos

N: una pregunta que ya de pronto sé la respuesta, pero ¿volverías a comprar una motocicleta de Yamaha?

D: si claro

N: y ¿la recomendarías ciegamente a tus amigos?

D: ciegamente, porque es la que siempre he tenido

N: entonces aunque me contaste esta experiencia negativa que tuviste en el centro de servicio, tú consideras que Yamaha te ofrece un respaldo bueno

D: no, te digo por qué no, el problema con Yamaha es que aquí venden muchas motos de alto cilindraje pero nunca hay los repuestos, o sea por ejemplo tú te caes y vas a conseguir carenajes se demoran tres meses, si vas a comprar tal cosa, no que dentro de tres meses y todo es tres meses, tres meses, entonces de pronto un cablecito de clutch si estás de buenas lo consigues, unas pasticas de freno si estás de buenas lo conseguís, pero por decir que un kit de arrastre, se demora tres meses, entonces yo pienso que si vendo motos mínimamente tengo que tener repuestos para suplir las necesidades de las motos, pero eso Yamaha no lo hace

N: entonces por ejemplo tú me mencionas que recomiendas esa marca a tus amigos, entonces tú no la recomiendas por el respaldo, ¿por qué la recomiendas?

D: por lo que es la moto como tal, porque la moto es fina, que tiene mucha potencia, que corre muchísimo y porque Yamaha tiene el mejor corte en diseño en carenajes de motos de alto cilindraje

N: correcto. Muchas gracias por darnos tú opinión y por ayudarnos en este trabajo

D: ah ok muñeca con mucho gusto

N: que estés muy bien

Entrevistado	Sebastián (S)	Fecha	12/03/2014
Entrevistador	Natalia Vargas Arboleda (N)	Hora	7:00p.m.
Lugar	Mall Comercial la Frontera	Duración	35 min
Marca	Yamaha	Referencia	R6

N: Buenas noches, estamos con Sebastián, la idea con esta entrevista es que nos cuentes un poco de tu experiencia con la moto, cómo te fue en el proceso de compra, el proceso de exploración cuando estabas cuál moto comprar, y todo el proceso de posventa y pues todas las experiencias que has tenido positivas y negativas, la idea es que seas totalmente sincero y me cuentes lo que piensas de la marca, lo que piensas del producto y que podamos conocer un poquito como es tu comportamiento como consumidor frente a la marca Yamaha. Entonces para empezar, cuéntame ¿a qué te dedicas?, ¿qué estudiaste?

S: Yo estudié Veterinaria y Zootecnia, pero actualmente no estoy ejerciendo, me dedico más que todo a la parte administrativa, soy comerciante y ganadero pero no ejerzo la carrera como tal, me dedico a trabajar con la familia. En cuanto a la marca Yamaha, pues he sido muy fiel a Yamaha, más que todo por la comodidad de los precios y por diseño, porque obviamente hay marcas superiores pero mucho más costosas, es una marca muy comercial y he tenido dos experiencias, he comprado moto dos veces

N: ¿Me puedes decir cuántos años tienes?

S: Tengo 27 años

N: Entonces, ¿qué moto es la que tienes?

S: Una Yamaha R6

N: ¿qué modelo es esa moto?

S: 2013

N: ¿la compraste nueva en concesionario o la compraste de segunda?

S: concesionario

N: ¿desde cuándo manejas moto?

S: desde el 2011, si desde finales del 2011

N: y ¿en qué moto aprendiste a manejar, pues que motos has tenido?

S: tuve una FZ 8, una Fazer 800 que también la saqué nueva de Yamaha, con esa tuve una mala experiencia, pues con esa no me fue tan bien, pero ya con esta estoy bien, más cómodo

N: Bueno entonces vamos a ir conociendo de todo eso de por qué te fue mal, por qué ya estás bien y todas esas cosas. Pero primero quiero saber ¿qué uso le das a la moto que tienes actualmente?

S: de paseo se puede decir, solamente salgo que a Llano Grande o a Copacabana, Girardota, pues trayectos corticos

N: sí, como por diversión

S: sí, diversiones es la palabra

N: y cuando por ejemplo estas en la ciudad haciendo vueltas, ¿la utilizas o prefieres movilizarte en otra cosa?

S: cuando estoy en la ciudad prefiero movilizarme en otros medios

N: ¿qué medios utilizas?

S: metro, carro, particular, no sé porque esa moto es muy incómoda, es más que todo para diversión y también por la inseguridad, pues porque se las están robando mucho

N: ¿con quién acostumbras a salir a esas rodadas que haces?

S: con mis amigos, pues con el grupo de motos que tenemos, mis amigos pues más cercanos

N: ¿perteneces a algún club de motociclistas?

S: sí, a RPM

N: y ¿me puedes contar un poquito de ese club, hace cuanto se formó, que es lo que usualmente hacen?

S: ese club es viejo, está como desde 1995, pero yo me enteré de él por un amigo que es fundador, pues es uno de los fundadores de ese club que nos conocemos desde pequeños y él fue el que me ingresó pues al grupo

N: ¿hace cuánto estás en el club?

S: hace un año, no hace más de un año, hace año y medio más o menos

N: ¿cada cuánto se reúnen o tienen eventos programados?

S: cada ocho días y eso se programa por ahí con dos días de anticipación, más o menos cada ocho días nos reunimos

N: ahora vamos a hablar de la experiencia cuando empezaste a comprar la moto, ¿por qué te decidiste a comprar esta moto y no otra del mercado?

S: yo anteriormente tenía una FZ 8 que esa es más como de viaje largo, más cómoda, pero debido al tiempo pues que mantengo muy ocupado y no me da pues como para viajar, mantengo viajando a otras partes pues pero en avión, en cuanto al trabajo, pensé en comprarme una moto, pero como no me da tiempo entonces ya me gusta más esta, pues siempre me ha gustado que es mucho más de diversiones

N: ¿en qué concesionario compraste esta moto?

S: en Mundo Yamaha

N: ¿ese dónde queda?

S: en San Juan, en bello, hay en muchas partes

N: ¿pero la compraste en San Juan?

S: sí

N: ¿antes de comprar esta moto qué otras opciones consideraste?

S: Kawasaki y Honda, pues la CBR 600 y la Kawasaki 636

N: ¿visitaste concesionarios de las otras marcas?

S: sí visité

N: ¿cómo más buscaste información sobre las motocicletas?, de pronto con amigos, con conocidos, blogs, redes sociales

S: con amigos sí, con gente que ha tenido experiencia con esas motos

N: y ¿te recomendaron más la Yamaha?, o sea consideraste la opinión de ellos para tomar la opinión

S: no, me fui más por criterio personal porque me parece que es una moto más comercial, pues a la hora de mirar como yo soy comerciante me gusta tener algo más a la fija

N: y ¿redes sociales, blogs, foros, herramientas de internet?

S: ah también, yo busqué en internet, en la página de Yamaha, en videos en Youtube, pues yo miraba antes de tomar la decisión

N: ¿cuándo fuiste al concesionario ya tenías mucho conocimiento del producto o en el concesionario te asesoraron y te dieron toda la información de la moto?

S: no, yo tenía el conocimiento de mi producto, prácticamente no me asesoraron en el concesionario

N: ¿qué tan valioso ves tú que los asesores comerciales te brinden información importante, pues te den conocimiento del producto y ellos tengan un dominio bueno de la moto?

S: no los asesores no lo tienen mucho, inclusive me parece que saben mucho de vender pero ya después de que venden se desentienden un poco

N: ¿no tienen conocimiento del producto?

S: muy poca, pues las características principales y como conocimiento del fichero, pues de la ficha técnica no más

N: ¿a ti te parece eso importante?, pues que ellos lo deben conocer

S: eso a mí me parece importante claro, de todas forma cada quien defiende su marca, pero de todas formas me parece... ¿pero estamos hablando de los asesores de venta o en general mecánicos?

N: no, de los asesores de venta

S: de los asesores de venta sí me parece pues que les falta

N: el concesionario, ¿cómo te parece la ubicación, parqueaderos que tiene?, como las instalaciones

S: la ubicación muy buena, los parqueaderos pésimos, no hay donde parquear, pues si uno va en carro le toca más difícil, si va en moto si es más fácil pero de todas formas no deja de ser complicado

N: ¿qué tan importante es esto para ti para escoger un concesionario o lo escoges por otras cosas?

S: es muy importante, es que yo escogí ese concesionario fue por un amigo, porque el gerente, el dueño es un conocido, pero si no, no lo hubiera escogido

N: o sea que la persona que te ayudo fue el gerente, o ¿tú tuviste interacción con los asesores de venta?

S: no, yo tuve primero contacto con el gerente, pues con los asesores de venta pero solo como para entregarme la moto y cositas así, no más

N: ¿pero el negocio lo hiciste con el gerente?

S: con el gerente, pues con el dueño, sí

N: ¿cómo era esa relación con el gerente y los asesores de venta contigo?

S: no bien, formales

N: ¿te trataban en un lenguaje muy respetuoso, muy de amigos?

S: muy respetuoso

N: ¿incluso el gerente pues que es conocido?

S: sí

N: y la atención, la actitud de servicio que ellos mostraban hacia ti, ¿cómo era?

S: muy buena, pues mientras que me vendían la moto si muy buena

N: ¿y después?

S: después no tan buena, me tocaba mucho buscarlos, pues de pronto para el manual de instrucciones, que no me lo dieron, quedaron de mandármelo y nada, entonces después me tocó volver a buscarlos ya hasta que me lo entregaron

N: entonces me contaste que compraste esa moto en ese concesionario era por ese conocido que tenías, ¿cierto?

S: sí, y más que todo por agradecimiento que después te voy a contar por qué

N: ¿qué otros concesionarios visitaste de otras marcas y de Yamaha?

S: Moto Work que es de Yamaha, de Kawasaki también visité el de la 10, de Honda por acá en Envigado, y ya no más. Ah y Ducati en la 10

N: ¿qué te gustó de esos concesionarios, pues como comparas esos concesionarios, que tienen mejor unos que otros?

S: no, Yamaha es muy bien consolidado aquí, está pues más arraigado sobre todo en Medellín que las otras marcas

N: Las instalaciones del punto de venta ¿cómo eran, agradables, organizadas?

S: ¿de cuáles?

N: no de Yamaha, Mundo Yamaha

S: las instalaciones muy bonitas

N: ¿te parecen adecuadas?

S: sí adecuadas

N: ¿tienen exhibición de accesorios?

S: sí

N: ¿y eso te interesa, los miraste?

S: no lo que pasa es que ese concesionario está más que todo vende motos pequeñas, motos de bajo cilindraje y los accesorios como tal son de bajo cilindraje entonces no me llama la atención

N: ¿de los vendedores que es lo más importante para ti?, pues ¿qué debe tener un vendedor de Yamaha?

S: que el compromiso sea tal, osea es que se les ve mucho la necesidad de vender, pues como la presión de vender, y son muy formales con uno para venderle, pero no se dan cuenta que si uno se va contento obviamente va a volver y no se ve pues como esa transparencia con el cliente, no siente uno como esa acogida como en todo

N: ¿entonces podríamos decir que lo más importante es la atención, pero tanto antes como después de la venta?

S: claro, después de la venta

N: ¿más que el conocimiento del producto, más que otras cosas?

S: no, sobre todo el conocimiento también vale mucho

N: cuando estabas buscando la moto, ¿cuáles eran las características que más mirabas, las que más buscabas en el concesionario, que le detallabas?

S: que no tuviera detalles, rayones

N: pero no cuando te la estaban entregando, si no cuando la estabas mirando para decidirte si comprar esa u otra

S: lo que más me fijé fue en el color, es un color muy escaso, me gusta pues más como diferente

N: ¿qué color es?

S: es gris mate

N: entonces tú no tuviste la posibilidad de verla en el concesionario, pero ¿pudiste verla en otro concesionario?

S: sí, ahí en Moto Work, ahí si manejan más de alto cilindraje

N: ¿entonces por qué la compraste en Mundo Yamaha?

S: por el conocido, el gerente

N: ¿cuántas veces visitaste este concesionario antes de cerrar la compra?

S: ¿cuántas veces?, una

N: con la primera vez que fuiste ya estabas decidido

S: no es que yo fui a comprarla, decidido a comprarla porque ya sabía

N: ¿entonces este concesionario no ofrece *test drive*?

S: no

N: ¿hiciste *test drive* en otro concesionario?

S: no

N: ¿nunca la probaste antes de comprarla?

S: no me dijeron que se podía hacer *test drive*

N: y ¿de otros amigos que tuvieran esa moto, o la compraste así?

S: ah no si, si, con amigos que tenían la moto

N: ¿te parece importante que un concesionario ofrezca *test drive*?

S: si me parece importante, porque no sé qué tan inseguro sea para ellos pero igual eso vende me parece a mí

N: ¿tú compraste la moto de contado o con planes de financiamiento?

S: de contado

N: de contado en el concesionario, pero ¿pediste financiamiento a alguna entidad?

S: no, no, totalmente de contado

N: y ¿sabes si el concesionario ofrecía planes de financiamiento?

S: a mí no me ofrecieron, pero yo estoy seguro que sí ofrecen

N: ¿cómo te tocó hacer el proceso de pago y de separación de la moto?

S: ¿el proceso de pago?

N: pues ¿simplemente fue llevar la consignación o que tenías que hacer?

S: consignar y lo más rápido posible me tenían la moto

N: ¿cuánto tiempo se demoraron en entregarte la moto?

S: tres días

N: ¿desde el principio te dijeron ‘nos vamos a demorar tres días’?

S: sí, inclusive me dijeron que podía que se demoraran más, en ese sentido fueron muy serios

N: te cumplieron antes

S: sí

N: ¿qué hubiera pasado si se hubieran demorado más del tiempo que te habían dicho?

S: no pues yo mando carta a Yamaha

N: cuando ya fue el momento de entrega, ¿cómo fue ese momento, qué procedimientos hicieron, qué te entregaban?

S: no solo el funcionamiento de la moto que yo obviamente sabía, inclusive no me habían entregado la herramienta que se les había olvidado y ya yo la reclamé

N: ¿y lo del manual de instrucciones?

S: ah también

N: y ¿qué papeles te entregaron?

S: me entregaron el manifiesto de gases, me entregaron la matricula, el SOAT, y la factura

N: más o menos, ¿cuánto se demoró esta entrega?

S: la entrega de la moto como tal

N: sí, desde que entraste por ella, hasta que saliste con ella

S: por ahí 30 minutos más o menos

N: ¿te explicaron cómo funcionaba la garantía, qué piezas cubrían por garantía y qué piezas no?

S: no las piezas no, pero si me especificaron el tiempo y el kilometraje

N: Las revisiones que le debías hacer ¿también?

S: ah si también

N: ¿el funcionamiento de la moto, las características, cómo manejarla, todo eso te lo explicaron?

S: ah sí

N: ¿te parece importante que te den toda esta información?

S: si me parece importante, pues yo igual ya la conocía, pero para una persona que sea nueva o que no conozca tanto me parece que es importante que conozcan todos los detalles

N: de todos estos momentos que me has contado, desde el momento de exploración hasta que te la entregaron, ¿cuál consideras que es el más importante y en cuál crees que se debe enfocar más el concesionario?

S: el más importante, en el conocimiento que le brinden al cliente, en la asesoría del principio

N: ¿en cuál crees que sentiste más felicidad, no sé, como más satisfacción por parte del concesionario?

S: en la inmediatez de la entrega

N: pero, ¿en la entrega como tal o que te agilizaron mucho la entrega?

S: que me agilizaron mucho la entrega, y pues obviamente uno está contento cuando la entregan, estrenar

N: ¿te gustaría que ese momento de entrega fuera súper especial, súper importante, pues que el concesionario celebre contigo o que te la entreguen y ya?

S: no, si muy bacano que motiven, que incentiven al cliente, porque es un momento de felicidad, es bueno pues

N: y en este concesionario ¿cómo fue la forma de entregarte la moto emocionalmente?

S: muy normal

N: ¿Cómo si estuvieran entregando cualquier otra cosa?

S: pues no sé si era por lo que ya éramos conocidos, pero si normal

N: ¿qué te sorprende positivamente de este concesionario?

S: la innovación y el progreso, pues se ve el cambio que ha tenido

N: ¿qué crees que debería mejorar el concesionario?

S: en la atención después de la venta

N: finalmente, ¿cómo te ayudaron con lo de la herramienta, con lo del manual de instrucciones?

S: después de tanta insistencia me dieron el manual

N: ¿te tocó llamar o ir?

S: como dos veces fui

N: ¿cuánto se demoraron en entregarte esto?

S: no, ahí mismo

N: ahora hablemos de la parte pos venta, ¿has llevado tu moto a las revisiones de kilometraje que debes cumplir para la garantía de tu moto?

S: si la he llevado pero no donde la compré si no en otra parte, en Incolmotos directamente

N: ¿a cuántas revisiones la has llevado?

S: a una

N: ¿solamente debías hacer una o dejaste de ir?

S: no, solamente se ha cumplido una

N: solo has alcanzado a tener la primera revisión

S: si

N: ¿le haces alguna revisión preventiva a tu moto?

S: ah sí, el lavado normal y lubricación de cadena

N: ¿lo haces tú mismo?

S: sí, lo hago yo mismo

N: el centro de servicios Incolmotos me dijiste, ¿cierto?

S: sí

N: ¿cómo te pareció la atención de los técnicos?

S: la atención es muy buena, muy congestionada pero si es muy buena

N: ¿quién te recibe la moto al momento de llegar?

S: me la recibe el jefe del taller o el encargado

N: y ¿cómo es ese proceso de recepción de la moto, qué te hacen?

S: no, me reciben la moto mirándole el kilometraje con el que entra y registrándolo, y mirando que tiene, que rayones tiene o qué novedades presenta la moto

N: ¿para ir a esta revisión tuviste que pedir cita o fuiste allá y te atendieron?

S: hay que pedir cita, pero por lo general yo voy así, porque por lo que es de alto cilindraje no tiene uno que llamar

N: ¿en Incolmotos también atienden todo tipo de motos?

S: sí

N: pero ¿tienen técnicos especializados en gama alta?

S: sí, en todas

N: ¿de pronto has tenido la necesidad de llevar tu moto al centro de servicio por alguna falla de garantía?

S: no, esta no. La anterior que tuve, que también la compré no fue por garantía o falla técnica, si no por el servicio, porque se estaban demorando mucho con la entrega de la moto

N: ¿en la revisión?

S: no, no, para entregármela, de resto no he tenido problemas con eso

N: para la entrega, o sea cuando la compraste

S: sí, cuando la compré, la anterior

N: ¿y esa la compraste en Incolmotos?

S: no, la compré en Rionegro, pero ese negocio ya acabó, precisamente por esos problemas, Riomotobike se llamaba

N: ¿durante las revisiones acostumbras a quedarte y esperar tu moto o te vas y vuelves por ella?

S: la dejo y vuelvo, me voy a trabajar, hago las vueltas que tengo que hacer y vuelvo

N: ¿más o menos cuánto se demoran para entregarte la moto?

S: más o menos unas tres, cuatro horas

N: ¿te llaman para que vayan por ella o te dicen más o menos el tiempo de llegada?

S: me dicen más o menos y me llaman antes para ir por ella

N: ¿las instalaciones del centro de servicio cómo son?

S: son muy buenas

N: ¿tienen un espacio para que el cliente pueda ver lo que le hacen a la moto o el taller queda aparte del lugar de recepción o del lugar donde están los clientes?

S: sí, es con vidrios, uno puede ver desde otra parte, pero igual es encerrado

N: ¿y a ti no te gusta ver lo que le hacen a tu moto?

S: si a mí sí me gusta ver

N: por ejemplo te gusta ver que le hacen bien, pues porque me estabas diciendo que dejas la moto y te vas para reuniones, entonces ¿en qué momentos te quedas?

S: no, cuando me quedo pues, o sea, por lo general me voy a hacer otras cosas, pero me he quedado algunas veces, con la moto anterior y me gusta ver que tengan cuidado con la moto y aprender

N: ¿el acceso a este centro de servicio es fácil, parqueaderos, como toda la ubicación?

S: la ubicación es excelente, tiene buenos parqueaderos

N: ¿con este si no has tenido problemas como con el concesionario que dices que es difícil el parqueo?

S: con este no he tenido problemas

N: ¿para ti es importante que el concesionario tenga bien estas instalaciones amplias, ordenadas, limpias?

S: no sé me imagino que para descongestionar y agilizar el trabajo

N: y ¿en cuanto a la organización o no importa que sea un taller feo?

S: la organización sí, eso deja mucho que desear, y yo creo que a un taller desorganizado no la llevaría

N: ¿alguna vez la has llevado a un taller que no sea autorizado?

S: sí, pero solamente a lubricar la cadena

N: ¿esta que tienes ahora?

S: sí, eso pues no tiene mucha ciencia, inclusive ese trabajo lo puede hacer uno, lo puedo hacer yo, yo lo hago

N: ¿por qué esa vez lo llevaste a ese centro de servicio y no lo hiciste tú?

S: porque no podía, no tenía tiempo entonces más bien puse a un mecánico a que lo hiciera

N: ¿cuándo estás en el centro de servicio, con quién interactúas normalmente, con los técnicos, con el jefe del taller o con quién es que te comunicas?

S: con el jefe del taller y con el técnico que me reciba o el encargado que me reciba, pero más que todo con el jefe del taller

N: ¿el que te llama es el jefe del taller también?

S: el que me recibe la moto, sí

N: ¿cómo te pareció la atención brindada por el jefe del taller?

S: muy buena

N: ¿te explican qué le van a hacer a tu moto?

S: sí, me explican

N: ¿antes y después?

S: sí

N: cuando te entregan la moto, ¿cómo es el proceso, qué te dicen, qué te hacen firmar?

S: no, me entregan el inventario, pues que todo esté como lo dejé, que el kilometraje esté como yo la llevé y me explican bien qué le hicieron a la moto y qué detalles tiene o qué hay que hacerle

N: ¿tu acostumbras en revisarla antes de salir o confías plenamente en el centro de servicio?

S: me gusta revisarla antes de salir

N: por ejemplo ¿en qué cosas te fijas?

S: en que no tenga rayones, que no tenga hundidos, que prenda bien

N: y ¿te entregan la moto lavada?

S: no

N: ¿pero limpia o te la entregan engrasada?

S: pues en el mismo estado en el que yo la dejo

N: ¿para ti sería bueno e importante que te la entregaran lavada?

S: si obvio eso hala clientes

N: sobre los costos, ¿cómo son los costos de este concesionario, te parece barato, normal?

S: me parece más económico que los otros

N: ¿Qué los otros autorizados por Yamaha?

S: sí que los otros autorizados por Incolmotos y Yamaha

N: ¿y que los otros que no son autorizados?

S: ah no, los que no son autorizados son más baratos

N: pero tú no te fijas tanto en el precio en este caso

S: no, no me fijo casi en eso

N: ¿con esta moto de pronto no se te ha presentado que en las revisiones tengan que cambiarle alguna pieza?, pues la revisión fue sencilla, no le tuvieron que hacer ningún cambio

S: sí, fue sencilla, fue normal

N: ¿el costo de esta revisión la asumes tú?

S: no la revisión es por parte de ellos, el cambio de aceite si lo asumo yo

N: ¿ellos te dan la mano de obra?

S: eso

N: ¿cuántas revisiones debes hacerle a tu moto?

S: cada 5 mil kilómetros

N: ¿siempre ellos te dan la mano de obra y tú el aceite?

S: si no se ha acabado la garantía sí, y la garantía me dijeron que se cumplía a los dos mil kilómetros o al año

N: ¿Qué tan importante para ti es que te atiendan rápido, que te entreguen la moto rápido?

S: es importante porque uno puede calcular qué puede hacer y que no puede hacer

N: ahora, con todo esto que me cuentas del centro de servicio, ¿Qué es lo más importante para ti en un centro de servicio, qué es lo que buscas en un centro de servicio?

S: en un centro de servicio, la atención y la asesoría que puedan brindar

N: ¿la atención más como la actitud de servicio, la amabilidad?

S: sí, la disponibilidad de servicio al cliente y el conocimiento, la asesoría

N: ¿Qué momento consideras más feliz, que te sentiste más satisfecho en el centro de servicio?

S: ¿en Incolmotos?

N: sí

S: que son muy profesionales

N: ¿qué crees que deberían mejorar?

S: no la verdad no

N: todo lo encontraste muy bien

S: sí

N: ahora nos salimos de los concesionarios y de los centros de servicio. ¿Te gusta que Yamaha como marca se comuniquen contigo y con los clientes de Yamaha, o no te parece importante?

S: no, no me gusta

N: ¿tú sabes si Yamaha lo usa?

S: no sé

N: pues por el momento crees que no

S: ah o si de pronto uno deja los datos para ofrecer los productos

N: o sea, ¿ellos no te mandan ni mails, ni te llaman?

S: no

N: ¿hacen eventos para salir a pasear?

S: no sé

N: nada de eso, y ¿eso tampoco te gustaría que lo hicieran?

S: si es bueno, pero como yo tengo mis amigos y eso no lo veo pues como necesario

N: ¿tú volverías a comprar una moto de Yamaha?

S: sí

N: ¿súper seguro dices la próxima moto que voy a tener es Yamaha o podrías conseguir otra marca?

S: no, puede ser otra

N: ¿Cómo que otras tienes en tu mente?

S: que me gusten, Ducati, KTM

N: ¿te consideras un cliente fiel de Yamaha?

S: por ahora sí porque solo he tenido Yamaha

N: ¿le recomiendas a tus amigos y conocidos Yamaha?

S: sí

N: no sé si has tenido experiencias con los repuestos

S: los repuestos, muy muy mala experiencia porque supuestamente dicen que Yamaha es más comercial, más comercial sí, pero que supuestamente los repuestos son más fáciles de conseguir y mentira, se pueden demorar tres meses, seis meses en un repuesto y uno varado por la moto

N: ¿a ti te ha sucedido?

S: sí, con la anterior, si me ha sucedido y he conocido muchos casos

N: ¿con la otra moto qué tuviste que hacer para que te respondieran o esperaste?

S: me tocaba esperar, porque son los únicos que pueden traer esos repuestos

N: igual eso no influye para que digas que no vas a comprar más Yamaha, eso no es como tan decisorio para ti

S: pero es que normalmente en las motos de alto cilindraje todas son así, con todas pasa así, incluso con muchas he escuchado que antes son más negligentes o que de pronto se demoran más

N: por ejemplo ¿qué marca de moto definitivamente no comprarías?

S: no sé, pues todas son buenas en diferentes cosas

N: entonces no sé, qué más me quieres contar con tu experiencia con la moto

S: con la moto, muy bien, pues cumple las expectativas

N: y ¿piensas comprar otra moto dentro de poquito o ya quieres durar mucho con esta moto?

S: no yo creo que todavía me demoro

N: ah listo, muchas gracias Sebastián por toda la información que me compartes y que estés muy bien

S: con mucho gusto

Entrevistado	Juan Felipe Velásquez (F)	Fecha	06/03/2014
Entrevistador	Natalia Vargas Arboleda (N)	Hora	6:45p.m.
Lugar	Pecositas - Sede Envigado	Duración	50 min

Marca	Suzuki	Referencia	V-Strom 650
--------------	--------	-------------------	-------------

N: Buenas noches Felipe, ¿cómo estás?

F: Ah muy bien muchas gracias

N: Listo, primero te contextualizo de que es la entrevista. Queremos conocer el ciclo de servicio que viven los clientes y las experiencias que tienen los consumidores con sus motos, todo lo que les parece importante que la marca les ofrezca, y toda esa relación que tiene el cliente con la moto y con la marca, e inclusive con los concesionarios o los centros de servicio. Entonces para empezar, cuéntanos un poquito sobre ti, cuál es tu nombre, a que te dedicas, donde vives

F: Mi nombre es Juan Felipe Velásquez, soy ingeniero civil de la universidad EAFIT, actualmente ya ejerzo como gerente de mi empresa de construcción. Para el tema de la tesis, tengo moto hace muchos años, entonces creo que puedo aportarte información valiosa para tu trabajo.

N: ¿dónde vives?

F: En el Poblado, Transversal Inferior

N: En este momento ¿qué moto tienes?

F: Una Suzuki V-Strom 650

N: Y ¿qué modelo es?

F: Es modelo 2004, 2005. 2005 creo que es

N: ¿desde hace cuánto la tienes?

F: Hace casi siete años

N: ¿la compraste nueva o de segunda?

F: No, la compré de segunda

N: Ah listo, y ¿desde hace cuánto manejas moto?

F: Hace por ahí 25 años. Tenía por ahí 10, 12 años cuando empecé a montar moto

N: ¿recuerdas que motos has tenido?

F: Tuve una XR 650 modelo 95 y después compré esta V-Strom, pero pues montado en moto toda la vida

N: ¿qué uso le das a tu moto?

F: Diario, para todo, ese es mi medio de transporte, es en lo que me muevo todo el día en la ciudad

N: Y ¿adicional a transportarte en la ciudad, por ejemplo los fines de semana o cuando tienes tiempo la usas para la distracción?

F: También, la uso para ir a la finca, la uso simplemente para salir a rodar, muchas veces la uso en las noches con los amigos para ir a Llano Grande o salir a dar una vuelta, a fin de año salíamos a dar un moto paseo, para todo, para mí la moto es como si fuera otra extremidad del cuerpo pues

N: ¿normalmente con quién haces estos paseos?

F: Con amigos, con mi esposa, con mucha gente

N: Me dices que compraste la moto de segunda, pero ¿alcanzaste a llevarla a alguna revisión?

F: Sí, tuve la oportunidad de llevarla a un par de revisiones

N: ¿Cuándo compraste la moto, todavía se encontraba en periodo de garantía?

F: Sí

N: ¿por qué te decidiste a comprar esta moto?

F: Por la flexibilidad, porque dentro del segmento de la moto que yo estaba buscando, era una moto que servía tanto para el propósito del día a día como también el propósito que buscaba los fines de semana que era ir a pasear, que fuera una moto cómoda para el pasajero, y que fuera una moto confortable y segura. Osea, para mí una moto de menor cilindraje en el tema de seguridad y en el tema de confiabilidad en comandos y respuesta del equipo no me parece tan eficiente para un día a día, entonces por eso básicamente fue que compré la moto

N: Por ejemplo toda esta información que conoces de la moto, ¿la conocías antes de obtenerla?

F: Si claro, antes de tomar la decisión de comprar la moto uno siempre analiza las otras motos que están en el segmento que está buscando, y de todas formas como siempre he tratado de moverme en el mismo segmento uno ya conoce básicamente los pro y los contra de las diferentes marcas

N: ¿qué otras marcas y motos consideraste en ese momento?

F: También consideré en un segmento aunque fuera más sport, una DR 650 de Suzuki, considere la KLR 650 de Kawasaki, consideré en algún momento la Versys 650 de Kawasaki pero después de hacer un *test drive* no me gustó, y con otras características de las otras motos me decidí por esta

N: ¿desde un principio tuviste claro que la querías comprar de segunda o estuviste averiguando en concesionarios?

F: No, también estuve averiguando en concesionarios pero se me presentó una buena oportunidad de segunda

N: Cuando tú buscas información antes de comprarlas, ¿dónde buscas información o quién es tu referencia, con quién te aconsejas?

F: Pues por supuesto uno debe buscar personas que lleven igual o más tiempo en el sector que hayan tenido la oportunidad de usar otras marcas, por ejemplo en mi caso, Daniel Fernández el gerente de Kawasaki es muy buen amigo mío y es muy buena referencia, Mateo Moreno es otra excelente referencia siempre que tengo alguna inquietud con alguna moto el primero al que llamo es a Mateo. Trato de buscar las fichas técnicas de los equipos o de los vehículos que estoy analizando, y por supuesto nunca va a estar de más entrar a los foros de las motos donde la gente se puede expresar libremente y de primera mano encuentras experiencias, muchas veces te encuentras referencias de cosas que a ti te han pasado y encuentras en los foros que hay otras personas que les pasa lo mismo y como han solucionado ese tipo de cosas o como han manejado ciertas circunstancias es bastante bueno

N: Y con la experiencia que tuviste en los otros concesionarios, ¿qué nos puedes contar de esa experiencia, cómo fue?, de pronto describirnos un poquito ese momento de exploración que tuviste

F: Haber, la parte de los concesionarios no en todas partes está bien direccionada, a mí me parece que hay concesionarios, sin que hablemos de marcas puntuales, hay concesionarios en los que si el cliente no cumple un perfil no se siente bien atendido, en algunos concesionarios

N: ¿Me puedes contar esas marcas cuáles son?

F: Pues haber, la verdad es que yo puntualmente no quisiera mencionarte marcas, pero de Auteco hay una marca en específico que las veces que he ido a preguntar por cierto tipo de referencias o ciertas cosas, no, mejor dicho no lo hacen sentir a uno a gusto si uno no cumple cierto perfil como cliente. Pero por lo general en el sector de las motos ellos ganan por comisión entonces siempre tratan de esforzarse por hacer su venta, entonces dan información sin importar quien sea su cliente

N: ¿más o menos cuantos concesionarios visitaste y más o menos cuantas motos de segunda viste antes de tomar la decisión?

F: Estuve un año buscando la moto, la primera moto, la moto que vendí que para mí es la mejor moto que voy a tener que es una Honda XR650L, es una moto que lo lleva a uno al fin del mundo y vuelve si quiere, o sea es una excelente moto. La vendí porque tuve una caída y me fracturé el pie y me cogió un momento de aburrición pues como de impotencia por sentirme tan impedido por el accidente que me resultó un negocio de un vehículo e hice el cambio, no porque me hayan dejado de gustar las motos. Para esta moto que compré ya tenía la fortuna de tener carro, entonces no tenía afán en comprarla, me tomé mi tiempo de analizar, estuve casi once meses buscando la moto y analicé muchas y me tomé el tiempo de encontrar una buena oportunidad de negocio también y compré esta moto

N: Aunque no compraste la moto en un concesionario ¿cómo te gustaría a ti que fuera la experiencia en un concesionario, que te parece lo más importante que te debe brindar un punto de venta cuando tú estás buscando una moto?

F: Hay un punto muy importante en el tema de posventas y es que muchos concesionarios no son el agente que te presta el servicio de posventa, a mí esto me parece un error, aunque muchas estrategias de negocio de ciertas marcas lo tomen así, en este caso lo puedo decir por el ejemplo de Kawasaki, porque tengo la experiencia con Daniel que es el amigo mío, incluso he estado un par de oportunidades a punto de comprarle una moto a Daniel, por x o y motivo se daña el negocio, pero es un concesionario que no presta el servicio posventa, son solamente punto de venta porque lo he visto, muchas veces he estado ahí en el almacén y llega un cliente y dice “vengo para la revisión, la moto tiene tal cosita”, entonces uno desde el principio se lleva la imagen de que ahí compraste la moto, “no señor es que el servicio técnico es allí en la esquina o es allí abajo”, eso para mí desde mi punto de vista

se presta para que el cliente diga con cualquier problema que pueda tener “ah es que a mí no me dijeron en el almacén”, o cuando va a almacén “no es que el del servicio de venta me dijo que es que la moto no puede hacer esto”, o sea si eso se centraliza me parece que sería una experiencia mucho más comfortable para el cliente

N: En cuanto a los asesores de venta ¿qué esperas encontrar en ellos, cómo te gusta que te atiendan?

F: Lo que yo busco en un asesor de ventas es que él sepa mucho más que yo, y muchas veces sabe más uno que la misma persona que atiende, pienso que los asesores deben estar capacitados tanto en las motos que ellos venden, como en la moto con la que está compitiendo el sector, o sea uno no solo es un buen vendedor por vender su producto si no que es un buen vendedor por conocer mejor el producto de los demás, porque todo el mundo llega a comparar el producto que están vendiendo, entonces siempre es importante que los asesores estén capacitados tanto en los productos que están vendiendo como en los productos de los terceros, eso es lo primero que yo estoy esperando; segundo, por supuesto un cliente es un cliente como llegue, como esté vestido, mejor dicho no pre juzgar por su aspecto o prejuizar su capacidad de adquisición por como se ve, eso es un error fundamental que yo veo que muchos concesionarios caen

N: ¿Podemos hablar de casos específicos o marcas específicas donde los asesores de venta de los concesionarios no tienen ese conocimiento que tú dices que deben tener?

F: yo soy enemigo de nombrar nombres propios de las marcas, pero digamos simplemente que hay muchos concesionarios que creo que pueden capacitar un poquito más su personal, o muchas veces personal que está trabajando en ventas no cumple con el perfil que debe tener un vendedor, pienso que eso puede ser un error

N: Bueno entonces ¿me podrías mencionar que marcas tienen unos asesores de venta que tú digas son muy buenos?

F: Es la misma pregunta que me estabas haciendo

N: La primera moto que tuviste, la Honda, ¿la compraste en concesionario o de segunda también?

F: De segunda

N: Ahora hablemos más de la parte posventa, me contaste que tuviste la oportunidad de llevar tu moto a las últimas revisiones que tenía

F: Alcancé a llevarla a una o dos revisiones no más

N: ¿Cómo te fue en esa revisión?

F: a mí me fue muy bien, obviamente la moto ya tenía kilometraje, ya tenía ciertas cosas y uno como cliente siempre va a querer más, siempre va a querer que le reconozcan cosas, mejor dicho hasta ese cuento de que eso es por desgaste o eso es por el uso, el concesionario siempre va a tratar de ganar esa discusión pero personalmente creo que me fue bien, **el concesionario creo que debe incurrir en pequeños gastos por el confort del cliente porque eso lo único que hace es que uno sea más fiel a la marca**, eso lo único que hace es que el cliente quiera volver porque en una marca específica si a mí me están haciendo un buen de servicio posventa lo único que va a hacer es que quiera comprar una moto de la misma marca, o sea que el cliente no crea que compró un producto bueno pero compró un problema, no, es que yo quiero comprar un producto bueno pero que compre también vinculado a eso un servicio, eso es lo que yo pienso que debe ofrecer

N: Y además de esas revisiones, ¿has llevado tu moto a mantenimientos?

F: ¿Después ya sin garantía?

N: Sí

F: Sí, mil veces, muchas veces

N: ¿acostumbras a llevarla siempre a un mismo centro de servicio?

F: siempre trato de llevarla a un mismo centro de servicio

N: ¿centros de servicios autorizados?

F: No, ya después de eso trato de usar talleres de confianza, desde el punto de vista de costos, me parece que ese es otro de los errores en los que incurre los concesionarios, entendiendo el punto de vista del concesionario que el conocimiento, el know how, y no digamos que los repuestos porque en realidad los repuestos son los mismos, cuando yo hago un cambio solo trabajo con repuestos originales y uno se los compra a los concesionarios, yo entiendo que el concesionario tiene cobrar ese know how y las capacitaciones de equipos y ese conocimiento técnico exclusivo pero **pienso que serían más competitivos y no solamente trabajando como servicios de garantía y posventas, si no que podrían abarcar más en el mercado si fueran más competitivos en el precio**, aunque te soy honesto, la he llevado un par de veces con uno o dos problemas puntuales que definitivamente en la calle no he logrado solucionarlo y la he llevado y he conseguido solucionar el problema, pero una vez tuve un problema con el motor, y yo la parte del motor

y de inyección y ese sector si la manejo exclusivamente con el concesionario por lo delicado que me parece el tema

N: ¿Ese daño en el motor te la asumieron en la garantía o ya había salido del período?

F: Ya había salido del período

N: ¿pero igual te supieron dar el respaldo y todo el acompañamiento?

F: Totalmente

N: ¿Cómo es ese proceso?, hablemos puntualmente del centro autorizado por Suzuki, ¿cómo es ese proceso?, pues ¿tu llevas la moto o pides una cita antes de ir?

F: ¿para las garantías?

N: Sí

F: ¿o ya después de que había salido del periodo de garantía?

N: ah bueno, ¿cuándo la llevaste también tuviste problemas por garantía?

F: tú lo tienes programado, tú tienes que cumplir con un tiempo y un kilometraje

N: ¿para las garantías?

F: Si, o sea uno lo lleva más que todo por el tema de los aceites, es decir los líquidos, y los aceites como son detergentes tú tienes que cumplir con un kilometraje y un tiempo. Si tú dejas la moto parqueada y no caminas la moto, igual en un tiempo tienes que cambiarle el aceite, entonces tú tienes unos tiempos y unos kilometrajes establecidos para llevar la moto. Usualmente sí, pides la cita, tienes un grado de tolerancia, “no es que es a los 5 mil kilómetros, ve tiene 4.800 no importa recíbala”, “a tiene 5.200, no importa tráigala”, pero no la lleve con 6 mil porque ya se pasó mucho, pero si usualmente uno solo llama y pide la cita, piden los datos de la moto, si está muy pasada ellos tratan de correrle a uno y si no pues ellos lo ponen en una programación normal, para el tema después de ya salir de la garantía es exactamente lo mismo, uno simplemente llama o pasa, “ve cuando te puedo traer la moto” y uno cuadra con ellos

N: cuándo te reciben la moto ¿te hacen una orden de entrada o cómo funciona?

F: Una orden de entrada, ellos lo primero que hacen es hacerle una inspección a la moto, cómo la estás llevando, tiene un rayón aquí, tiene un rayón acá, tiene retrovisor, “bueno

cuénteme qué tiene”, “la moto tiene este problema, yo le siento esto, le hice esto, le cambié este filtro”, ellos por lo general la reciben, le hacen un diagnóstico de acuerdo a las instrucciones que tú le das, dependiendo de lo que sea ellos te llaman y te dicen “a la moto le encontramos esto o x o y o z, hay que hacerle esto, vale tanto”, o sea cuando es viable te dan opciones. “¿autoriza el arreglo?”, si o no, porque te dan un costo y ya te dicen cuando te entregan la moto

N: y...

F: perdóneme, obviamente después de que a ti te hagan eso, todos esos costos tienen período de garantía, desde que cambiaste una llanta y luego se dañó, si le cambiaste la cadena y la cadena salió mala, también tiene garantía, así no esté en periodo de garantía, los arreglos tienen garantía

N: ¿quién te atendía y quien te recibía la moto normalmente?

F: el director de servicio técnico

N: ¿nunca tienes contacto con el técnico o puedes interactuar con ellos?

F: usualmente uno no tiene, pero yo que conozco tanto y soy tan intenso con el tema trato de hablar con la persona que va a tener contacto con la moto, pues que la va a tocar. Aunque muchas veces ellos no saben desde que tú la llevas quien la va a coger, porque depende de la programación que ellos tengan del trabajo. Pero yo personalmente trato de tener algún tipo de contacto con la persona que la va a manejar y que cuando la reciba quien la trabajó me explique qué le hizo, pues es que no es lo mismo que me cuente un cuento que le contó el otro, no es lo mismo

N: correcto, ¿cuándo le están haciendo estos mantenimientos o reparaciones que le hacen a tu moto, te permiten ver lo que le están haciendo?

F: en Suzuki sí, tienen una sala de espera que da hacia el taller y con el objetivo de que el cliente pueda ver como se trabaja, le ponen un vidrio, obviamente para que uno no interactúe con los mecánicos, pero pueda ver cómo trabajan y qué le están haciendo, eso es un plus muy chévere que tiene en este caso puntual Suzuki, pues que lo he vivido

N: y ¿me podrías decir cuál es ese taller?

F: no sé cómo se llama, es el que queda en Almacentro, el que queda ahí cerquita de Almacentro bajando por la 33, que es una cuadrita antes de llegar a Almacentro a mano izquierda, creo que el director técnico se llama Alejandro

N: Bueno y ¿normalmente a ti te gusta quedarte mirando lo que le hacen a tu moto o te vas?

F: cuando es una cosa relativamente rápida si, cuando hay que dejarla normalmente uno no tiene tiempo, pero sí cuando son cosas como un cambio de aceite si me gusta estar mirando que le hacen a la moto

N: ¿para ti es importante que el taller tenga buenas instalaciones?

F: fundamental, es que depende del orden y el aseo que tu veas eso le dice a uno como trabajan ahí, o sea como es el proceso de mantenimiento que ellos están utilizando, pienso yo que la imagen lo es todo, indiscutiblemente

N: ¿para ti que es lo más importante que tiene que tener un taller?

F: que solucionen el problema, el servicio, más importante que un taller aseado, porque yo he visitado todo tipo de talleres en Medellín y he ido a talleres desde el poblado, la 10, hasta la bayadera, y al taller a donde uno siempre vuelve es a donde a uno lo atienden bien y le dicen a uno “no se preocupe, yo le soluciono su problema, y si yo no sé buscamos quien sepa”, eso es lo que uno busca, servicio siempre, no que a uno le digan “ah pero eso es de la garantía”, como muchas veces le pasa a uno en los talleres, “no mira ve es que las pastas”, “ah pero esto no tiene garantía”, eso es en lo que muchas veces los concesionarios pecan y es que responden con el signo pesos en la cabeza, primero contextualicemos que es lo que está pasando y ya luego saber cuál es el problema, buscamos la solución y miramos que es lo que en realidad pasa, si es un tema de garantía o si es de uso, pero uno siempre va queriendo encontrar soluciones, no más problemas

N: ¿qué tan importante es para ti la agilidad en la atención, el cumplimiento con la entrega, el tiempo que estiman para hacerte los trabajos?

F: Completamente importante, más que me entreguen la moto rápido, es un servicio de recepción rápido, o sea un proceso eficiente de la recepción de la moto, no que voy a llamar a fulanito y miremos la moto, entonces vienen, se demoran tres horas y contestan el teléfono y “espérate que es que no hay sistema”, o sea no “venga yo le entrego la moto, esto tiene y a qué hora vengo por ella, demórese un día o una semana pero entréguemela buena, no me la entregues en un día y ay se me olvidó hacer esto”, demórate 3, 5 días pero entrégamela buena

N: ¿cómo es la comunicación entre el taller y tú como cliente, pues contándote qué le diagnosticaron, los costos y toda esa comunicación que hay en el proceso de reparación de la moto?

F: lo que a mí me gusta o me gustaría es que quién me la recibió, me cuente que es lo que pasa, muchas veces ponen a la secretaria o la asistente o ponen a la niña de servicio que habla muy lindo y muy querida, pero entonces uno le hace otras preguntas y ella no sabe contestar, entonces “venga yo le paso al técnico”, no entonces que el técnico me llame desde el principio porque pierde tiempo ella, pierde tiempo el concesionario y pierdo tiempo yo

N: y ¿si te hacen ese acompañamiento normalmente?

F: sí, usualmente si

N: y ¿tú usualmente llamas a que te digan cómo está tu moto, qué le han hecho, en qué va?

F: cuando me dicen que me van a llamar al otro día y pasan tres días y no me han llamado, no ha pasado nada, eso también es molesto para el cliente, es que llámenme a decirme que no han encontrado el problema, pero si quedaste de llamarme al otro día y a los tres días no me has llamado, yo te tengo que buscar para saber que le han hecho a la moto o a veces a los tres días “no es que sabes qué, hemos tenido tanto voleo que no la hemos tocado”, entonces para que dicen que les deje la moto si en tres días no la van a trabajar, entonces no la uso en tres días y me ponen a montar en taxi

N: ¿qué es lo que más te gusta de este centro de servicio al que vas?

F: ¿el de este o al que la llevo en este momento?

N: no, el de Suzuki, el autorizado por Suzuki

F: yo pienso que el servicio, pienso que este muchacho Alejandro atiende muy bien, primero sabe, segundo atiende muy bien y tercero le busca solución a tus problemas. No la he vuelto a llevar la verdad por tema de recursos, porque encuentro lo mismo o algo muy similar en otra parte que es de mi entera confianza, me dejan estar al lado de la moto, puedo ver que le están haciendo, entonces es más por el tema de costos, pero por el servicio, yo creo que lo que indiscutiblemente a mí me hace ir a una parte es el servicio

N: ¿podríamos decir que lo que menos te gusta de este centro de servicio autorizado son los costos tan altos que tiene?

F: Los costos, yo creo que yo perdonaría más fácil un error técnico y con un buen servicio, que yo ir a un concesionario que me atiendan mal pero que la moto siempre quede buena, prefiero ir a donde me dan un buen servicio, así se hayan equivocado una vez, “ve te pusimos la llanta que no era, volvé y yo te la cambio”, si el servicio es muy bueno no me

importa y la vuelvo a llevar; “ve la guaya quedó distorsionada”, yo la vuelvo a llevar, que lo atiendan a uno tan bien que uno vuelva

N: y ¿eso es lo que más te gusta del taller a donde estás yendo en este momento?

F: sí

N: ¿qué desventajas o que de pronto no te gusta de este centro de servicio, pues ese taller?

F: que por supuesto no es un taller que está ligado directamente con la compañía, entonces digamos muchas veces la capacitación de los mecánicos, aunque por ejemplo el mecánico que tengo en este momento fue un mecánico de Suzuki, o sea tiene todas las capacitaciones de Suzuki, obviamente tiene las capacitaciones hasta que salió, y ellos actualizan sus capacitaciones sobre las nuevas cosas, pero yo creo que es esa parte o ese conocimiento previo, no es que no me guste, si no que a veces es un poquito informal

N: ¿creerías que eso es lo que le falta para ser perfecto?

F: creo que le falta también un poquito de orden, porque en esos talleres de la calle no son tan, aunque él maneja ordenes de trabajo, o sea es un taller responsable, no tienen estos procesos tan minuciosos de Suzuki porque ellos tienen unas certificaciones de servicio, unas ICONTEC y unas normas que deben cumplir, que ellos no se van a poner en esas porque eso son más costos para ellos, entonces no es que no me guste si no que si pudiera implementar eso en esos talleres sería muy bueno, pero igual uno eso lo pasa por el servicio, uno llega y es amigable, uno esas cosas las pasa por alto

N: hablando del momento en el que te entregan la moto, cuando terminan el servicio, ¿cómo te dan la información, qué procedimientos hacen, tú revisas la moto antes de salir?

F: sí, usualmente cogen la orden de servicio y revisan por qué la trajiste, y hacen un paralelo de por qué la trajiste y qué le hicieron. Si usted la trajo porque tenía el aceite bajito, le cambiamos el aceite, le pusimos el aceite; usted la trajo porque tenía un ruido en la caja filtro, entonces revisamos la caja filtro, tenía un soporte, un ajuste que estaba flojo, se le cambió, o sea hacen un comparativo de por qué la trajiste, este es su costo, vaya a la caja y con el recibo de que canceló se lo entrega, ese es básicamente el procedimiento

N: ¿ese es el procedimiento en el centro autorizado de Suzuki?

F: en el centro autorizado de Suzuki

N: ¿tu revisas la moto, la ensayas antes de salir?

F: usualmente uno trata de darle una vuelta a la manzana, de darle una vuelta por ahí cerca, pero igual en los centros autorizados si uno tiene algún problema vuelve y te la cuadran de una

N: sí, lo que tú me decías que tiene garantía

F: si claro

N: ¿en qué momento sientes más satisfacción en el centro de servicio?, ¿Cuándo te entregan la moto, cuando te la reciben bien, pues cuales son los momentos que te hacen sentir más feliz por los servicios que te prestan en el centro de servicio?

F: indiscutiblemente el servicio es una parte fundamental para uno sentirse bien con una marca, pero yo pienso que cuando uno lleva un vehículo a un taller es porque en realidad hay algo o pues cuando no es una garantía, sino porque en realidad hay un problema, es un problema que te molesta o que sientes que la motocicleta necesita porque va a fallar más adelante, cuando indiscutiblemente tu sales y en realidad verificas que corrigieron el problema eso pues yo creo que es la satisfacción más grande

N: ¿Cómo cuando ves la solución?

F: si indiscutiblemente, te lo voy a decir puntualmente y me lo corrigió Mateo, cuando yo tenía la XR, la moto cogió una vibración pero era insoportable, yo me sentía montado en un tractor, yo se la llevaba, la miraban y le hacían de todo. En ese momento Mateo tenía su taller de motos entonces se la llevé a Mateo, resulta que el soporte del motor estaba flojo, entonces claro la moto estaba vibrando porque el motor estaba completamente flojo, y era una tontería, era una tuerca que estaba floja, entonces el cogió una llave y listo “vaya a darle una vuelta”. Yo he sentido felicidades y ese día pues, yo dije “no que es esta felicidad tan abrumadora que siento”, y con una bobada, era simplemente apretar una tuerca y ya, y la había llevado a tres talleres y no habían dado con el problema, eso es invaluable

N: hablando ya un poquito no de los centros de servicio, ni de los concesionarios, si no como del uso que le das normalmente a tu moto, ¿qué esperas del desempeño de tu moto?, ¿cuándo tu moto te falla te enojas, te causa frustración o te decepcionas de la marca o crees que eso es algo normal que le puede pasar?

F: lo que pasa es que uno ya está montando en motos de segunda, uno siempre tiene que tener en cuenta que está montado en una moto usada, no es lo mismo yo montarme en una moto de concesionario y que un domingo a las tres de la tarde en la autopista me dejó varado, yo creo que eso si me daría mucha piedra pues, entonces desde el punto de vista del que yo te puedo decir, a mí me gusta es que por lo menos trate de avisar, o sea no

todos los daños son ¡pun! se apagó, o sea hay veces que el daño avisa, entonces uno tiene tiempo pues de hacer algo. Yo que uso la moto día a día, lo primero que uno más que desempeño es seguridad, esa es una de las enormes razones por las que yo no he compensado el tema de costos con el tema de seguridad, porque yo que ando todo el día en la calle podría mantener mi moto para los fines de semana o para ir a la finca, para viajar y comprar una moto de mucho menos cilindraje, y ahorrarme la mitad en gasolina y lo que me gasto en llantas, en cambio de aceite, pero no lo hago es por el tema de seguridad, por el tema de confiabilidad en el frenado, por el tema de confiabilidad en la estabilidad de la moto, por el tema de seguridad, porque es que indiscutiblemente pues desgraciadamente vivimos en una ciudad que es insegura, pues yo confío en que si tengo que acelerar en algún momento, en un semáforo, la moto me va a responder, abro el acelerador y me tiene que alcanzar pues

N: ¿confías en ella plenamente?

F: completamente, una moto de alto cilindraje no creo que te de desconfianza, sobretodo en el tema de frenos, el día a día en una moto el tema de confiabilidad es fundamental, es por eso que yo no he compensado el tema de economía con otras cosas

N: ¿has tenido ocasiones en las que tu moto te ha fallado y te has enojado, o en el centro de servicio te ha tocado discutir o te ha tocado mostrarte bravo para que te atiendan?

F: pues no tanto bravo, pero es imposible que cuando hay tantos involucrados en una cadena de servicio todo salga bien, es muy difícil, siempre va a pasar que llevaste la moto por 5 cosas y le hicieron 4 y te diste cuenta fue cuando llegaste a la casa, “no me cambiaron la llanta, no me cambiaron la guaya, no me arreglaron el retrovisor”, entonces la tienes que volver a llevar, eso siempre pasa, pero son cosas que uno tiene que entrar a compensarse, pues no es lo mismo decir “ve me entregaron la moto sin lavar”, como ha pasado que le dicen “ay señor le entregamos la moto y no tenía sello”, pues hay errores de errores, porque conozco casos, que entregan la moto y no le echaron el aceite y se la fundió, entonces esos son errores que no pueden pasar, pero uno tiene que manejar cierta tolerancia en estas cosas creo

N: ¿Qué manejo le han dado en el centro de servicio a esas insatisfacciones que tú manifiestas?

F: yo creo que podría ser mejor. Ahora los concesionarios, hoy en día uno lleva la moto y a los dos o tres días lo están llamando, incluso no solo en motos si no en carros, yo llevo el carro al taller y a los 3 o 4 días me están llamando “venga lo estoy llamando del concesionario tal, ¿cómo le fue con el servicio, que tiene por mejorar”, eso siempre es

bueno, en muchas partes lo están implementando ahora, nunca es tarde, pero si lo hubieran implementado antes hoy sería la cosa muy distinta la situación

N: ahorita hablando un poquito de Suzuki como marca, ¿Suzuki qué incentivos les ofrece a sus clientes, has participado en alguno de sus programas?

F: lo que pasa es que Suzuki tuvo un cambio en la presidencia hace unos dos años, y el sector de la gama alta de Suzuki estuvo muy descuidado, incluso conozco uno de los concesionarios de ellos que se sintieron tan poco apoyo de la marca que tuvieron que cerrar el concesionario. Ahora otros personajes compraron el concesionario, compraron la franquicia y se pusieron de acuerdo para distribuir gama alta y volvieron a darle otro impulso, otro respiro a la marca con ese cambio de presidente que tuvieron, pero yo creo que Suzuki en realidad perdió mucho tiempo en posicionamiento en un sector que yo creo que ha crecido mucho en estos últimos años, cosa que creo marcas como Kawasaki ha usado mucho y ha hecho una excelente campaña, Daniel es uno de los que siempre está tratando de innovar y de hacer paseos, eventos, hacen un montón de cosas, o sea Kawasaki le mete a la marca, KTM también, le está metiendo mucho a la marca, aunque es una marca de más dura competencia en el sector pues por el tema de línea que maneja y de los costos que maneja, pero yo creo que están haciendo un buen trabajo, yo creo que todo lo que se haga en el tema de mercadeo siempre es beneficioso

N: ¿pero entonces con Suzuki no has tenido esa experiencia?

F: no, yo creo que Suzuki, como te digo apenas ahora está como empezando a pensar, entonces lanzaron otro modelo de la V-strom 650, ya viene la 1000, esta gente nueva que cogió el concesionario también está haciendo paseos, ellos también son muy activos en esa parte pero tuvieron un bache de tiempo donde yo creo que se perdió una inercia con la que venían muy buena. Igual lo que se haga de aquí para adelante es ganancia

N: ¿no has participado en estas nuevas cosas que está sacando?

F: no, para nada, participo más en las de Kawasaki sin ser la moto de Kawasaki

N: ¿si Suzuki las ofreciera, te gustaría participar en ellas?

F: lo que pasa es que yo en este momento ya estoy tan vinculado con la marca, que si como te digo nunca va a ser de más lo que se haga para el mercadeo, yo en mi caso puntual no creo que ya empiece como a salir con otras motos, ya estoy tan conectado con la marca, incluso por estos trabajos de mercadeo que hace Daniel, que lo invita y crea eventos y hace *test drive* y venga ensaíe la marca, que cuando quiera venga y ensaíe la moto, venga mire y hablamos y tienen su programa en cosmovisión, o sea, ellos se lo están metiendo muy

duro a ese tema de posicionar Kawasaki, están haciendo un excelente trabajo, incluso como te dije yo he estado dos veces a puertas de comprar otra Kawasaki, por circunstancias de la vida las cosas no se han dado, pero es por ese tema de mercadeo y de servicio que yo creo que en cualquier momento me paso para Kawasaki, sobretodo, yo soy honesto, por el tema de costos, o sea si tú haces un balance de los 10 repuestos que más se cambian en una moto en una caída porque es que todo el mundo se cae, yo creo que si no es el primero está entre los primeros Kawasaki con los repuestos más económicos, Kawasaki tiene una línea de repuestos sumamente económica y eso es muy atractivo, es muy atractivo para uno corriente, el tema de mantenimiento de la moto

N: ¿te gustaría que Suzuki, o no sé si lo hace, tuviera comunicación directa contigo y con los clientes en general?

F: como te digo, todo lo que hagan en pro del mercadeo funciona, sobretodo porque a uno como cliente de una marca siempre quiere verse representado en ella, o sea, yo personalmente escogí la marca por el producto, no por la marca, no por el servicio, porque en el sector, en la gama en la que yo me estoy moviendo las características que tiene esa moto no la encontré en otra, yo estaba buscando una moto, como te digo mi moto es para el diario, entonces yo estaba buscando una moto que si yo quiero andar en el día a día me sirva y si quiero irme de paseo ocho horas me sirva. KLR 650 de Kawasaki es una de un solo cilindro, es de una tecnología viejita, es una moto de carburador, pero esas características la hacen muy atractiva desde el punto de vista que es una mecánica relativamente fácil, los repuestos son adquiribles, fácil, el modelo de la moto creo que no era muy atractiva, la mía es una moto de dos cilindros, en v, el motor que se maneja distinto, es una moto de más confort, pero es una moto más pesada, uno empieza a compensar las cosas

N: y a acomodar las cosas

F: exactamente, por ejemplo a mí personalmente en este caso, yo quisiera brincar para la versys, pero a la versys 1000 no a la 650. Qué problema le veo yo por ejemplo en este momento a la versys 1000, que es rin 17, a mí siempre me ha parecido un error eso porque si la moto la quieren hacer doble propósito y es por eso el nombre de la moto versys, un sistema versátil, y el rin es 17, encontrar una llanta doble propósito, rin 17, ya si usted va a ir por un destapado, una trocha, es muy escaso, esa es una de las razones por las que yo no estoy absolutamente convencido de pasarme para Kawasaki, porque es la única moto de esa gama de la marca que en realidad me atrae, y me atrae muchísimo, incluso tiene la V- strom, la que yo tengo en este momento, o sea uno entra a pensar características y como te digo la compré por el producto, no por la marca, si esta moto fuera Kawasaki sería el hombre más feliz del mundo, pero no es

N: Bueno entonces con esto que me dices ¿tú volverías a comprar una moto de Suzuki?

F: volvería a comprar una moto de Suzuki, no, como te digo si tengo la oportunidad el paso que daría sería para una Kawasaki

N: Y de pronto a personas interesadas en una moto gama alta...

F: ya le recomendé al novio de mi cuñada

N: y ¿qué recomiendas?

F: le recomendé Kawasaki y compró Kawasaki hace dos meses

N: y ¿Suzuki por qué no lo recomienda?

F: no, no es que no lo recomiende, yo no digo “no compres Suzuki”, si no que si me preguntas que cuál me parece a mí que cuál deberías comprar, yo te digo que una Kawasaki, eso no significa que las otras sean malas, como te digo, por el acompañamiento, por el tema de repuestos, por el tema de servicios, aunque desde el punto de vista del servicio, es el único lunar que yo le veo a Kawasaki desde el punto de vista de gama alta, que el punto de venta no tenga el centro de servicio

N: aunque tenga una alianza y sean muy cercanos

F: son alianzas, no son el mismo, mejor dicho eso va en motos, en construcción y en lo que sea, o sea, yo no le puedo dar a alguien el cielo falso y a otro la pintura, porque siempre se lo van a chutar, “es que el cielo quedó malo”, “ah no es que la pintura quedó muy pintado”, entonces el de la pintura va a decir “no es que el del cielo”, eso es pues un círculo vicioso, siempre deben tratar de enfocarse en un solo ente

N: listo, yo creo que nos has ayudado mucho con el trabajo, muchísimas gracias por toda la información que nos diste

F: no, con mucho gusto, lo que necesiten

Entrevistado	Pablo Ospina (P)	Fecha	13/03/2014
Entrevistador	Sebastián Montoya Castillo (S)	Hora	7:30p.m.
Lugar	Repostería Deli - Éxito del Poblado	Duración	47 min
Marca	Suzuki	Referencia	V-Strom 650 ABS

S: bueno estamos aquí con Pablo que muy amablemente decidió ayudarnos con esta entrevista para el trabajo de la tesis. Buenas noches Pablo, ¿cómo estás?

P: ¿cómo estás, cómo te va?

S: bien. Bueno pero entonces para empezar esta entrevista, empecemos con una información básica de ti, decinos tu nombre completo, dónde vivís, a qué te dedicas, qué estudiaste

P: mi nombre es Pablo Ospina, tengo 30 años, soy egresado de la universidad EAFIT de negocios Internaciones, tengo una especialización en mercadeo y actualmente trabajo en un concesionario de vehículos aquí en la ciudad de Medellín

S: contame, ¿qué moto tenés actualmente?

P: en este momento estoy andando en una Suzuki V-Strom 650, modelo ABS

S: ¿de qué año es esta moto, qué modelo?

P: 2014, tiene un mes

S: antes de esta moto, ¿has tenido motos gama alta?

P: muchas

S: ¿qué motos has tenido?

P: empecé por gama alta, pues digamos así en gama alta, con una GS 500, de las cuales tuve dos que me parecen deliciosas, de ahí pasé a Yamaha, tuve dos Yamaha, fue la última que acabe de vender, una Fazer 800 y la cambié por la V - Strom 650

S: ¿desde qué edad manejas motos?

P: moto estoy manejando hace por ahí 12 años

S: de todas estas que tuviste, ¿todas las compraste nuevas o hubo alguna de segunda?

P: siempre las he comprado nuevas

S: ¿las que has tenido bastante tiempo las has llevado a todas las revisiones técnico mecánicas, pues para mantener la garantía o las llevas a tu propio centro de servicio?

P: nunca utilizo los concesionarios, salen de allá y nunca vuelven si no a venderlas

S: ¿en qué parte compraste esta moto que tenes actualmente y las otras si me puedes contar?

P: las GS 500 las compré en el distribuidor de Suzuki que hay aquí en Medellín en el Poblado, se las compré a Daniel Fernández, las Yamaha las compré en Yamaha Sport que es en la 33 con la 65 y ésta V - Strom la acabo de comprar en MotoTest que ellos son un distribuidor autorizado de Suzuki

S: ¿ahí en la 10 A?

P: sí

S: ¿por qué decidiste comprar la moto que tenes actualmente?

P: desde que conozco la V-Strom siempre me ha gustado, esa moto me ha parecido que es una moto que cumple muchos requisitos para este país, para la topografía y para el estilo de motociclismo que a mí me gusta, esa moto ha sido como ideal y cuando estaba pensando en cambiar la Yamaha, la Fazer 800, estuve preguntando mucho sobre la nueva versión de la V-Strom y leí muchísimo y decidí que esa era la moto, esa era la moto que cumplía con lo que me gusta hacer que es pasear, viajar, conocer, es una moto confiable, segura, con muy buenas relaciones de caja para la topografía de nosotros entonces decidí que esa era la opción

S: ya que me decis que leíste mucho antes de comprar la moto, ¿en qué partes leíste, pues en internet, revistas?

P: vea tengo cercanía con la revista de motos aquí en Medellín y con ellos hablé muchísimo de la moto, de las pruebas que ellos hicieron en ella, leí mucho también en unas revistas alemanas desde el lanzamiento de ellos, y en unas revistas americanas estuve leyendo mucho de ellos, también de unas españolas, me parece que ese turismo que hacen en Europa está como ubicado a ese segmento entonces por ahí leí mucho, mucho, mucho

S: bueno y ¿en internet, blogs?

P: bueno esperame porque además tengo dentro del círculo cercano de motociclistas, tengo gente que anda en V-Strom y pues no hay meor calificativo que uno poder rodar con esa gente y saber que nunca ha pasado nada, que son confiables, que son seguras, entonces también eran una referencia importante

S: ¿en las parte de internet, blogs vos te basas en eso o no te interesa ese tipo de opiniones que dan en internet?

P: no más que de blogs o como de terceros no, yo busco es que me mantengo leyendo muchas revistas europeas de motos, sobretodo enfocado en motos de turismo y como a motos de calle, no soy el motociclista de aventura, ni de off road, soy motociclista de turismo de calle, de piso pues como de calle buena, pero de turistear, o sea de que si me invitan a hacer 700 kilómetros en un día los hago, pues no me importa, me parece rico, entonces busco más que todo ese tipo de revistas, ahí es donde leo

S: este uso que le das a la moto, ¿la moto solo la utilizas para pasear, para viajar los fines de semana o la utilizas en tu diario?

P: no, en mi diario tengo una scooter y en esa me muevo permanentemente, no la cambio es la mejor solución de movilidad en esta ciudad, y la moto grande la tengo por diversión, la moto grande aquí no la uso, pues para una vuelta diaria no, la prendo en la casa

S: ¿por qué compras las motos siempre en concesionario y no buscas una de segunda?

P: no me gusta comprar usado, sobre todo en las motos, me parece que una moto usada desde que uno no conozca la procedencia eso no sé, yo no me siento seguro comprando una moto usada, mejor dicho tendría que haber conocido quién la compró desde nueva para comprarla y saber el uso que le han dado, pero desconfió mucho porque en el medio las motos de alto cilindraje pienso que la gente puede hacer chanchullos con ellas, o las arreglan mal arregladas y ante todo está mi seguridad entonces nunca pienso en una moto usada, pues tendría que ser que supiera de quién es la moto y que la hubiera conocido y que casi que le conozca el total de los kilómetros, ahí de pronto pensaría, pero si no yo no compro moto usada

S: me contaste que compraste esta moto en MotoTest ahí en la 10 a, ¿antes visitaste algún otro concesionario para la misma moto?

P: no, pues es que a ellos los conozco desde hace mucho tiempo entonces sabía que con ellos la podía comprar, mejor dicho yo tomé la decisión de compra de Suzuki antes de irme para un concesionario, o sea, yo me senté, leí, busqué, pregunté y dije “listo la moto es V-Strom y al tener cercanía con Mototest, pues por el sector y porque he estado metido en el medio dije que era con ellos, no miré nada más. La otra opción que vi ahí también que era muy importante era que ellos me podían ayudar en la retoma de la Yamaha y para mí eso es clave, pues si yo puedo hacer una retoma de Yamaha o de la moto que sea en el concesionario donde estoy mirando, la moto nueva para mí esa es la opción

S: antes de decir que era una V-Strom era la moto que querías, ¿hiciste alguna comparación con otras motos?

P: sí, si miré más cosas porque si me interesaba, yo no dejo envejecer motos, pues a mí no me gusta una moto con más de dos años, sobre el año y medio ya empiezo como a donde me puedo cambiar, cuánto me va a costar, cómo puedo pagar la moto nueva, entonces ya se estaba llegando como ese plazo con la Yamaha entonces me senté a mirar que buscaba, primero estuvo como la decisión de quedarme en moto de calle, tipo fazer 800, me quedo buscando ahí algo o cambio y me monto ya en una moto de turismo que es algo que siempre me ha gustado, me costó tomar la decisión, me costó tiempo y leer con calma porque son dos estilos de motos completamente distintas, o sea hoy por hoy manejando la V-Strom digo “juemadre es que son dos aparatos, o sea”, la una no puede ser mejor que la otra porque están ubicadas en dos segmentos, entonces ahí fue que decidí después de leer mucho, dije que me iba a dar el gusto de cambiar a moto de turismo y ensañar moto de turismo, pero sí miré más cosas

S: ¿contra qué referencias de motos las comparaste?

P: en moto de calle estuve muy tentado de, mejor dicho y además estuve manejando la Yamaha nueva que lanzaron la MT 09 pues porque con la marca nunca me fue mal, no me gusta el diseño de la MT 09 pero mecánicamente eso es una cosa de locos, esa moto es endemoniada, la manejé y me gustó muchísimo, muy agradable para manejar, una moto deliciosa, entonces pensando en moto de calle estaba por ahí, miré las Triumph, la Street triple 675, me quedé como entre esas dos marcas; y buscando moto de turismo busqué Suzuki, miré Triumph Tiger 800, miré la F 700 gs, pero finalmente me decidí por Suzuki

S: ya yéndonos para el momento en el que fuiste a comprar la moto, ¿para vos qué importancia tiene la facilidad de acceso que tiene un concesionario, pues la facilidad para parquear, entrar a ver las motos o esto es indiferente para vos?

P: yo creo que si puede marcar la diferencia si te encuentras un sitio amplio para poderte medir en ella, igual que en los carros, o sea, vos vas a un concesionario a ver un carro y pues te quieres sentar en él, quieres mirarlo, lo quieres prender, de pronto lo podes manejar, entonces yo creo que más que la parqueada, pues ando en moto chiquita todos los días para mí eso nunca ha sido problema pues parquear, el interior del sitio si es importante, si es como bueno que por lo menos haya un espacio dónde uno pueda montarse en la moto y medirla, sentirse a gusto con ella

S: cuándo llegaste a este concesionario propiamente, ¿quién te atendió al principio?

P: directamente los dueños del almacén porque los conocía, y casualmente en Yamaha también fue así, en Yamaha siempre me atendió el dueño del negocio

S: ¿qué te parece importante en la atención que estas personas te dan, pues el conocimiento, la amabilidad?

P: la amabilidad eso siempre estará del lado de uno mientras haya una persona amable, yo pienso que por lo menos cuando uno está en esta rama de alto cilindraje uno está por goma, uno ahí se está dando un gusto, si la persona que te recibe es también apasionada por eso y hay un feeling en la conversación es muy agradable, es muy rico porque no estás en una asesoría donde te están vendiendo la moto como tal, sino que ya estás como en una conversación distinta, en que es gente que ya ha salido en la V-Strom, pues en este caso, que han salido, que han viajado, que han cargado dos personas y tres maletas, pues te cuentan un poquito más de la moto en general

S: ¿cuándo fuiste al concesionario esperabas recibir algún tipo de asesoría o recomendaciones o vos ya ibas decidido que esa era la moto que querías y no te iban hacer cambiar de punto de vista allá?

P: no, sobre todo porque en el portafolio en Suzuki en ese estilo de moto es esa o es esa, y yo ya tenía claro que esa era la moto que iba a comprar, entonces más que me confirmaran la moto que yo quería, yo busqué un poquito en esa conversación saber de las sensaciones de ellos al manejar esas motos, porque si bien yo ya había manejado motos de turismo nunca había tenido moto de turismo, entonces ese cambio radical de una moto como la otra, la Fazer, que es una moto rápida, que es una moto potente, que es una moto con la que hay que jugar para divertirse con ella, acá era una moto de turismo, un manejo más relajado, más tranquilo, más suave, que no es una moto tan rápida pero que realmente tiene mucha potencia, era como comparar esas sensaciones, es cómo me siento yo aquí, saber realmente qué es lo que transmite manejar una moto como esas

S: antes de comprar la moto, antes de pagarla, ¿cuántas veces visitaste el concesionario?

P: no yo no sé, digamos que dos veces antes buscando la negociación con la moto anterior y posterior como en la decisión de compra y eso ponele otras dos

S: antes de tomar la decisión de pagarla en este concesionario ¿hiciste *test drive* de la moto?

P: con ellos no, lo que pasa es que ya había tenido la oportunidad de manejarla, entonces para mí no era importante

S: ¿para vos es fundamental manejar una moto de estas antes de comprarla?

P: sí, en las motos grandes, mejor dicho, pienso que en las chiquitas también sería, lo que pasa es que con las motos grandes uno está como les decía ahorita como por pasión, como por gusto, pues realmente se vuelve muy atractivo que uno la pueda manejar y la pueda usar, pues y sentirla porque es lo que finalmente la fiebre, la goma, como lo quieran llamar, como el encanto que uno le encuentra a la moto es eso, es la sensación, entonces yo creo que ahí hay como un vínculo emocional creo yo, le pasará lo mismo a los que montan en caballo digo yo, se sentirán mejor en unos que en otros y finalmente uno busca es eso porque habrán días de viaje muy largos donde uno está buscando sentirse bien y acomodado y sentirse a gusto con lo que está comprando

S: me mencionabas que en ese concesionario te hicieron la retoma de la moto vieja, para la parte restante que faltaba, ¿ellos te ofrecieron algún plan de financiamiento?

P: sí, lo que pasa es que yo no estaba metido como por ese lado, es muy costoso, una financiación de banco hoy por hoy es pues en las tasas muy costoso, entonces yo no me metí con financiación

S: entonces ¿pagaste de contado la moto?

P: sí, pagué de contado

S: después de que pagaste la moto, ¿te tocó esperar algunos días a que te la entregaran?

P: sí, pero fueron claros conmigo que debía esperar porque ya estaba pero no había llegado al concesionario, pero fueron claros conmigo y eso yo lo tenía claro, no me importó saber cuándo me dijeron que había que esperar, había que esperar

S: ¿cuánto tiempo te dijeron?

P: ocho días

S: ¿cumplieron con ese plazo de entrega?

P: me la entregaron a los diez días

S: ¿te importó que se te hayan demorado estos dos días?

P: no, pero es que yo creo que es más por el entorno porque no era mi moto del diario, no es mi moto de transporte, no era mi urgencia, es mi goma, es mi pasión entonces no, me lo dijeron “mira no ha llegado”, entonces desde que conmigo sean claros, si no llegó, ¿voy a

cambiar el mundo porque armé una pataleta?, ¿y la moto va a llegar?, tampoco, entonces eso no me preocupa

S: listo y ya cuando la moto llegó y fuiste a recogerla, ¿cómo fue este proceso de entrega, pues qué proceso sigue el concesionario para entregarte esta moto?

P: previamente ya habíamos acordado la instalación de unos accesorios que ellos montaron apenas la moto llegó, y ya el día que me llamaron que la moto estaba lista, debieron disponer de una hora, hora y media en la que me entregaron los papeles, pues las firmas de los documentos que hay que hacer, me explicaron la garantía, me entregaron los manuales, posteriormente pasamos a la moto y me explicaron el funcionamiento detallado, cada botón, cómo funciona esto, qué significa, los testigos de los tableros para indicar alguna emergencia o precaución, y no el funcionamiento básico de la moto pues como en general

S: ¿crees que estas explicaciones que te dieron tan amplias de todo, es fundamental cuando van a entregar una moto de este tipo, o vos por ya haber tenido experiencias crees que esto se pudo haber evitado?

P: no, yo creo que independientemente de que uno haya o no haya tenido moto es importante que a uno le cuenten eso, estoy seguro que a uno se le queda mitad de lo que le dicen, por las ganas de que entreguen la moto pero a mí me parece importante que lo cuenten y que realmente uno se tome un tiempo ahí con calma para recibir la moto, no es solo prenderla y no más

S: entonces ya para finalizar este proceso de la etapa comercial, me puedes describir paso a paso desde el momento en que decidiste cambiar la moto anterior, hasta el momento en que te entregaron esta moto, un breve recorrido en los pasos que seguiste

P: no simplemente yo decidí cambiar la que tenía, busqué, anteriormente había leído sobre qué quería comprar, cuando ya decidí que la iba a cambiar me acerqué al concesionario, busque la facilidad del tema de la retoma, pues poder cambiar la una por la otra, mirar las diferencias de platas para saber cómo la pagaba, acordar los tiempos de entrega, instalar accesorios y finalmente recibirla

S: de todos estos momentos que me describiste, ¿para vos cuál fue el momento más agradable, y el momento dónde sentiste más satisfacción?

P: ahí hay dos temas claros, uno es cuando ya sabe que firmó y que acordó el pedido, que vas a estrenar moto, y dos el día que a uno le entregan la moto, o sea, el día que a uno le entregan la moto a uno no le provoca nada más que salir a montar en moto

S: ¿te parece que el concesionario hizo de este momento un momento especial, o fue una entrega más del concesionario y lo pudo haber hecho mejor con algún otro detalle?

P: yo no soy de detalles, entonces eso para mí no marca la diferencia de que me tapen y que me saquen la moto y que le pongan moño, no, yo no soy de ese tipo de detalles, a mí me importa más que me la entreguen, que sean claros conmigo y me expliquen, para mí finalmente eso no es determinante

S: me puedes decir algo positivo que encontraste en el concesionario y algún aspecto por mejorar de este concesionario donde compraste la moto

P: positiva, la claridad, desde el principio yo sabía cuánto valía la moto, que en el momento de pedirla había que esperar unos días para que llegara, o sea, positivo es eso que le manejen a uno la información con claridad, es realmente le digan “vea esto es así, esto es lo que vale, estos trámites se demoran esto, los tiene que hacer usted, los puede hacer el concesionario. Yo no tuve como experiencia negativa con ellos, así como que diga me marcó no, en la entrega no tuve como un punto negativo o algo como por mejorar del concesionario que yo haya visto no, conmigo fueron claros y para mí eso es fundamental

S: aparte de la remota, me contaste que pagaste el excedente de contado, ¿te ofrecieron algún tipo de incentivo por hacer esto, un descuento o te dieron algún obsequio, casco?

P: si me dieron un descuento del pago de contado pero finalmente lo canjee ahí con el tema de los accesorios que había que instalar, entonces ahí no sé si los sacaron a través de los accesorios o que lo dieron en la factura, finalmente yo pagué una plata menos

S: ¿este tipo de incentivo te influencio al momento de hacer la compra?

P: no, yo sabía que eso era lo que iba a comprar y personalmente cuando un concesionario tiene establecido su margen, sus precios pues ya tienen calculadas sus cosas, yo no estoy buscando que la moto me la regalen, ellos finalmente tienen que ganar plata, entonces en este caso específico si a mí me hubieran dado más descuento en otra moto para que yo cambie de moto, creo que no lo hubiera hecho porque ya tenía claro que era lo que iba a comprar y finalmente si no me hubieran dado descuento, yo sabía que eso era lo que estaba comprando y no me iba a amagar que si no me lo daban yo me iba para otro lado

S: entonces en otro concesionario con las motos que dijiste que estabas comparando, si te hubieran ofrecido un mayor incentivo, ¿no hubiera influenciado para nada en tu decisión de compra, obviamente guardando las proporciones que si te decían en el otro que te daban el 50%?

P: pues sí, tendría que ser una cosa, mejor dicho, el concesionario nunca tuvo influencia en la decisión de compra, yo primero decidí que quería comprar y después me fui para el concesionario a mirarlas ya todas sí, pues me monté en todas, las conocí todas pero yo ya tenía claro desde el principio como que era lo que estaba buscando, cuando tomé la decisión me fui para el concesionario, yo no fui al concesionario a que me dijeran porque tenía que comprar la una o la otra

S: entonces para finalizar ya, comparando las experiencias que viviste en los diferentes concesionarios, tanto en el de Suzuki al principio y después en el de Yamaha, ¿cuál recordas más por algo positivo o fueron indiferentes las experiencias?

P: para mí fue indiferente, yo creo que uno con la gana de estrenar la moto hay muchas cosas que ni mira, o por lo menos así soy yo, no me preocupa, encontré lo que quería, compré lo que quería y me fui

S: listo entonces ya terminamos la etapa comercial, pasemos ahora a las partes de servicios pos venta. Vos nos contaste que no acostumbras a llevar ninguna moto a concesionarios, ¿pero esto no sucedió ni con la primera moto?

P: nunca

S: ¿por qué este tipo de decisión?

P: porque tengo familiares con taller de vehículos y de motos que comparten la goma por la moto, que llevan mucho tiempo haciendo eso y ahí hay un factor que se llama confianza, desconfío de los talleres, del que sea pero yo desconfío, entonces por eso nunca, yo firmo garantía sí, soy consciente de que si la firmo y no la llevo a garantía yo soy el que la tengo que pagar, sí también lo tengo claro, no pelearía, tengo muy claro que eso es una decisión

S: un riesgo

P: sí, es una decisión que tomo y sé muy bien que si pasa algo soy yo quien tiene que asumir las consecuencias, pero yo no llevo una moto al concesionario, no la llevo, no me gusta

S: ¿esta decisión la afecta solo el tema de confianza o el tema de precios puede influir?

P: no yo no miro tanto el tema del precio, pues finalmente para mi prima que yo sé quién le está haciendo las cosas a mi moto, un taller de concesionario te recibe un x, pero un tercero es el que trabaja y no sé desde que uno no tenga esa cercanía por lo menos para mí yo eso no, yo la moto al concesionario no la llevo, eso lo tengo claro

S: pero entonces ¿le realizas algún tipo de mantenimiento preventivo?

P: permanentemente, vivo encima de ella, pues ya me considero con alguna experiencia para saber qué es lo que hay que hacerles, yo no soy el que les trabajo, pero yo sí sé de acuerdo a la experiencia de haber rodado tanto en la moto, en la carretera y conocer el desgaste de las piezas que es lo que uno tiene que hacer para hacer mantenimientos preventivos, no soy amante de los mantenimientos correctivos si no que me mantengo encima de ella, o sea yo así sepa que hace 15 días le hice mantenimiento, me voy mañana de viaje, y yo vuelvo a llevarla, les digo “vuelva a mirarla”

S: ah bueno pero entonces estas revisiones te las hacen en el taller del familiar no vos

P: no, no, yo conozco pues por haber rodado y por la goma conozco del tema pero yo no soy el que le hago mantenimiento a la moto

S: este centro de servicio a donde lo llevas, ¿atiende solo gente conocida, a los familiares o es un establecimiento comercial?

P: sí, un establecimiento comercial

S: ¿me puedes decir el nombre o no?

P: los mellizos

S: ¿por dónde queda?

P: por guayabal, por Colcafé

S: después de correr el riesgo de no llevarla a ningún tipo de revisión, ¿te ha pasado con alguna moto que se te haya presentado alguna falla por garantía y vos necesites ir al concesionario?

P: nunca, de pronto una pendejada que uno diga “ve de pronto esto si lo hubiera podido cubrir una garantía”, pero no ha sido representativo, yo nunca he tenido un daño que diga “ay juemadre”, o un repuesto costoso pues que normalmente saque la mano, pero pienso que eso también va de la mano el mantenimiento y la prevención y la precaución con la que busco siempre rodar, nunca hubo un problema de garantía que diga “si vio por no haber hecho la garantía”, no, nunca he tenido problema con eso, pero porque confío plenamente en la mecánica que le están haciendo a la moto, yo sé qué le están haciendo y lo hacen con un nivel de detalle y de perfección que es una cosa que a mí me gusta

S: los repuestos que has necesitado ¿los has comprado en partes autorizadas o de eso se encargan en el mismo centro de servicio?

P: no, porque como con ellos ya tengo una cercanía yo compro los repuestos allá y ellos lo ponen, o sea, ya saben que si necesito un repuesto x, un filtro aceite que es algo de rotación permanente entonces lo que hago es que cuando voy al almacén de repuestos yo no compro uno, compro 5 o 6 y los tengo ya y los voy utilizando

S: este sitio de repuestos de Suzuki ¿dónde queda?

P: en Mototest, a Mototest le he comprado los repuestos

S: ¿cómo es la experiencia cuando vas a comprar estos repuestos?

P: súper bien, yo no he tenido problema con ellos

S: y es muy fácil vos sabes que repuesto necesitas, no es como un proceso de venta si no de compra

P: sí, incluso a veces hasta los llamo “ve vení ¿tenes filtro de aceite para la V-Strom?” – “sí” – “guárdame uno para la tarde paso por él y te lo pago”, sí es más que lo necesito y voy y lo compro

S: te parece que el personal de venta de accesorios ¿es un personal capacitado que en cualquier momento te puede dar una asesoría de algún repuesto?

P: sí y también me pasó con Yamaha, un par de repuestos que tuve que conseguir después, no me acuerdo específicamente el repuesto, pero tuve que recurrir como a algún asesor, a un manual a mirar unas partes y una referencia y en los dos, tanto en Suzuki como en Yamaha las veces que los he necesitado me ha funcionado súper bien

S: cuando lo vas a llevar al centro de servicio que acostumbras a llevar, ¿tenes que pedir alguna cita telefónica o por la confianza que tenes solo pasas y dejas la moto?

P: yo simplemente paso y dejo la moto, o en algunos casos lamo y digo “ve ¿cómo están de trabajo, me pueden recibir la moto?”, pero es más la cercanía, no es que cualquiera lo hiciera así no

S: ¿quién te recibe la moto en ese centro de servicio?

P: los dueños del negocio

S: este proceso de recepción, ¿ellos hacen algunos requisitos, llenan alguna forma de entrada o algo así?

P: sí, tienen un formato de hoja de entrada, ponen los datos básicos míos y de la moto y de las observaciones que yo crea que hay que hacerle, pues ajustar esto, arreglar esto, ponen las observaciones

S: ¿ellos anotan algunos detalles que tengan la moto, pues si tiene algún imperfecto, un rayón para ellos curarse en salud?

P: no, conmigo no pero por la misma cercanía, porque se sabe que yo simplemente dejo las llaves y la moto y sé que no pasa absolutamente nada

S: ¿qué tal las instalaciones de este centro de servicio?

P: son buenas, pues es amplio, si es bien

S: ¿qué tan importante son las instalaciones para vos para llevarla a un centro de servicio, pues que sean amplias, limpias o esto no influencia para vos?

P: no desde que haya una imagen de orden, sí eso es importante, tirarla por ahí en la calle en un graseo no, la moto tiene un valor sentimental que además se complementa del económico que hay que cuidarla

S: cuando la llevas a un mantenimiento preventivo de rutina, ¿más o menos cuánto es el tiempo de espera de este procedimiento?

P: no soy el indicado para contestarte porque yo voy y la dejo y como no es mi transporte diario entonces simplemente la dejo con tiempo, o sea, si tengo programado un paseo, una salida pues la hago con tiempo para que puedan hacer la revisión, de chequearla, no estar como encima de ellos, pero no sé, voy y la dejo y me despreocupo que me llamen cuando esté lista

S: ¿vos nunca esperas a que le hagan el mantenimiento a la moto?

P: si pudiera hacerlo y si tuviera el tiempo me quedaría, me parecería rico, pero no tengo tiempo

S: ¿nunca te has quedado?

P: algunas veces sí, pero ratitos, no puedo quedarme todo el tiempo

S: ¿interactúas con los mecánicos del taller?

P: sí pero ya es por la misma cercanía y por la misma goma, pues es que finalmente yo creo que eso se lleva en la sangre, los que montamos en moto llevamos eso en la sangre

S: aunque me decís que no hay un tiempo determinado que te digan medio día o algo así, ¿qué tan importante es que te cumplan, pues que vos creas que ya está la moto y vas por ella y no esté, te parece muy importante?

P: como te decía ahora con el concesionario, desde que conmigo sean claros, o sea si yo por algún motivo fui y la pasé y me dijeron “estamos llenos”, listo yo sé que se demoran más, que me digan y listo, entonces si están llenos y se demoran, ah se demoran, entonces desde que conmigo sean claros tanto en la espera o la no espera, o sea que sean rápidos o que se demoren si me dijeron ya no tengo problema

S: ¿cuándo te reciben la moto te dicen un costo aproximado del mantenimiento que le van a hacer o la reparación?

P: no porque yo eso ya aprendí que en mecánica uno no sabe qué va a pasar, uno no sabe hasta que desarmé, trabaje o abra uno no sabe qué se va a encontrar, entonces más que decir que no creo en una cotización es que eso me parece una pendejada porque finalmente cuando uno la lleva por algún detalle, o sea un cambio de aceite, de filtro sí, yo sé más o menos qué le van a hacer y cuánto vale, pero como cuando uno la lleva por un detalle específico no hasta que no encuentren de que se trata me parece una pendejada, ni el taller sabe que se va a encontrar ni como lo va a cobrar y uno no sabe qué realmente van a cambiar, simplemente si el taller dice que el arreglo vale 300 mil pesos y abriendo se encuentran que no, que vale un millón, muy incómodo para el taller llamarlo a decirle a uno “vea lo que le dije que valía 300, no vale 300, sino un millón”, y uno como cliente también queda como, entonces por eso es que si finalmente uno confía en el taller y sabe lo que están haciendo, “aquí le paso, abra, mire y me cuenta que es”, lo encontró y cuánto cree usted que eso vale

S: entonces ¿ellos te llaman cuando descubren esto y te piden autorización para hacerle este procedimiento, te dan varias opciones y ya vos miras?

P: sí, sí

S: cuando te llaman a decirte que la moto está lista y ya la vas a recoger, ¿quién te entrega la moto?

P: ellos mismos, los mismos dueños del negocio que fueron los que me la recibieron

S: la persona que fue la encargada de las reparaciones o del mantenimiento, ¿esa persona no te entrega la moto?

P: lo que pasa es que muchas veces en mí moto trabajan ellos pero por la confianza

S: y si no fueran ellos en algún momento, ¿te gustaría que la persona que le hizo el mantenimiento te explicara todo el procedimiento que hizo?

P: sí, sí

S: cuando te entregan la moto, ¿te hacen certificado de salida aparte de la factura?

P: no, adjunta a la factura me entregan siempre la copia de la orden de servicio, de lo que le hicieron a la moto y pues ahí está detallado, como según las observaciones que hice, “ah usted pidió que le hiciéramos esto, esto le hicimos”

S: y aunque me has repetido muchas veces que hay confianza con el centro de servicio, cuando te entregan la moto ¿vos la revisas?

P: no con ellos no, yo sé que a ojo cerrado lo que pedí fue lo que hicieron y sé que si alguna cosa les hubiera pasado, sé que van a llamar a decir “vea nos pasó esto”, no yo ni miro, yo cojo la moto y me voy

S: la moto cuando te la entregan, ¿te la entregan lavada?

P: no pero ya por capricho propio, yo no dejo que la moto me la toque nadie distinto que no sea yo, mi moto la toco yo solamente

S: bueno entonces a los otros clientes ¿les entregan la moto lavada o solo se la limpian para no entregarla manchada de aceite?

P: no te sé decir

S: ¿te parece importante que en los centros de servicio ofrecieran ese valor agregado, que entregaran la moto lavada o a vos te es indiferente?

P: no, pues a algunas personas les podría parecer bien que se las entreguen limpia o no sé, yo como que no asocio lo uno con lo otro

S: ¿puedo concluir que lo más importante para vos en un centro de servicio es la confianza?

P: **completamente**, también por lo que les decía ahorita, por lo de la moto usada, pues si yo no conozco la moto yo no la compro, entonces para eso conocer el concesionario y comprarla nueva, entonces en el taller lo mismo

S: entonces excluyendo ese factor de confianza, ¿qué otra variable te parece importante para decidir qué centro de servicio es el indicado para llevar tu moto?

P: **el conocimiento de la persona que está trabajando**, porque es que lo otro que pasa es que no sé, comparándolo con un carro por ejemplo habrá cosas que puedan omitir en una reparación que podrá causar un daño pero leve, yo creo que en la moto les falta algo y el primero que sufre es uno, no sé, no apretaron bien la llanta de adelante y la bajaron, me parece como grave, entonces es más eso, es como el conocimiento, o sea es depositar esa confianza en alguien que yo sé que sabe qué es lo que está haciendo, que es lo que está pensando y que está concentrado cuando está trabajando en mí moto

S: el mismo ejercicio que hicimos para el concesionario, me puedes describir paso a paso como es el procedimiento de cuando lo llevas a un mantenimiento o alguna reparación a tu moto

P: simplemente tengo claro previamente qué es lo que quiero hacer, paso, dejo la moto, les digo “vea necesito hacer esto”, dejo la moto y espero que me llamen o simplemente llamo después como para saber en qué van y ya luego la recojo

S: de estos momentos, ¿cuál es el más importante?

P: **yo creo que el momento de la recepción porque como yo sé que la persona que recibe es la que va a trabajar está conectada realmente con lo que uno quiere que le hagan**, “yo necesito tensionar la cadena”, si eso se lo dices a un tercero que está recibiendo, que está encargado solamente de recibir y este no le dice al mecánico que tensione la cadena, cuando vas a salir del taller te puedes dar cuenta que la cadena ni la tensionaron, entonces me parece que el más importante es la recepción, que la persona si está como concentrada a ver qué es lo que vos necesitas

S: de este centro de servicio al que vos la llevas, ¿qué aspectos a mejorar tienen?

P: **no, no, porque eso es casi de la familia entonces no me considero con suficientes argumentos para ser objetivo en la respuesta**

S: ese centro de servicio, ¿ofrece algún servicio adicional, pues como de accesorios, repuestos?

P: no, solamente taller, pues reparación

S: ya dejando la parte comercial y de servicios pos venta y al ver que vos siempre has tenido motos nuevas, entonces vivís en constante contacto con las marcas, ¿vos utilizas algún tipo de canales que ofrecen las marcas, pues emails?

P: no, pues finalmente ya se puede volver hasta paisaje que a uno le pidan el correo electrónico, entonces si al correo electrónico le llegó alguna información que le cuenten a uno, de pronto en redes sociales pues Facebook, twitter, youtube, pero más que yo haga algo por buscar ese contacto es que finalmente cuando uno entrega los datos en el concesionario ellos son que se encargan de abordarlo a uno, de mantenerlo a uno informado

S: en este caso ¿Suzuki se comunica con vos actualmente?

P: sí, lo hacen mucho a través de whatsapp también, me cuentan de paseos, salidas y cosas así

S: pero, ¿es el concesionario o la marca Suzuki?

P: no el tema del whatsapp es del concesionario propiamente, de la marca ya recibí un correo como de encuesta de evaluación de servicio del concesionario, lo recibí al correo electrónico, un mensaje y como de bienvenida a la marca, como algo de fidelización de clientes, pero pues no son como los dos canales, el concesionario ha sido mucho a través del teléfono, del celular y marca los datos que tengan míos del correo

S: ¿te gusta que la marca se comuniquen con vos con ese tipo de cosas de bienvenido a la marca, que te comuniquen de lanzamientos de una moto nueva y ese tipo de eventos o no?

P: de pronto ya por la formación comercial yo busco que esas cosas se den más para retroalimentarme conmigo, que me puede servir a mí de lo que esta gente está haciendo, entonces lo hago mucho es por eso, yo me inscribo mucho como en ese tipo de programas ya es por mirar estrategias o como ideas que puedan servir

S: la marca, no el concesionario si no la marca, ¿realiza eventos, te invita a ellos?

P: pues en este momento con Suzuki no, lo que pasa es que llevo un poquitico más de un mes entonces todavía no he recibido de ellos. En Yamaha sí me pasó, pues Yamaha si permanentemente me mandaba correos, que eventos, que lanzamientos, que aprovecha unos descuentos en mantenimiento tal día, pues sí participan, de ellos si me tocó

S: cuando vas a cambiar de moto, pues en este caso que hicieron la recompra, en los otros casos, ¿también hiciste la retoma, pues los otros concesionarios te la compraron?

P: siempre, yo busco que eso siempre se dé, me parece que eso es lo más fácil porque confío a quién se la entrego, conozco las condiciones de pago, pues finalmente es plata de contado a mi moto nueva, entonces se firman los documentos que hay que firmar, pues una carta de responsabilidad, una compra venta, un formulario de tránsito, no sé contraticó ahí de que la moto quedó allá, que quede organizado, porque esa parte del trámite desafortunadamente en el medio de nosotros si uno no se cura en salud después termina enredado uno y eso si no busco, entonces me parece que eso termina valiendo mucho más que cualquier cosa que a uno le terminen castigando por la retoma, finalmente estas pagando por una tranquilidad de saber a quién se la estas entregando, te están abonando tu moto, o sea, la diferencia ya está abonada, vos te desentendes de lo que pase con esa moto de ahí para adelante y pues finalmente al firmar unas responsabilidades, el día que se enreden ahí están firmados, pero nunca me ha pasado nada, o sea yo ya sé cómo las vendo y en qué condiciones

S: la importancia de vender las motos a corto plazo, pues como vos lo haces, ¿influye en algo en la toma de decisión que vos haces, pues en la facilidad de donde vender esta moto?

P: ah claro, o sea, comercialmente hablando, comprar una moto que se venda rápido, pues se traduce en mayor facilidad para vos hacer un negocio nuevo, sobre todo ya por gusto personal yo busco no quedarme, por decirlo yo no me encariño con eso, entonces se presentó la oportunidad y la pude vender, listo llévesela, présteme una nueva

S: ya aprovechando que vos has tenido la experiencia con dos marcas, ¿vos volverías a comprar una moto Suzuki?

P: sí

S: ¿preferirías volver a Yamaha?

P: no, finalmente con Yamaha estuve con dos motos distintas, mejor dicho, yo creo que no solo la marca influenciaría en esa compra si no que si finalmente después de un tiempo yo considero importante vender la V-Strom, Suzuki tiene algo que a mí me gusta y me quedo con Suzuki, pero si hay otra marca que me ofrezca que me llame la atención, pues mira, miré BM, Triumph, miré Yamaha, Suzuki, entonces es más como al momento de la compra si la marca me gusta y me parece que es comercial y que la puedo negociar pues me quedo en el concesionario

S: si en este momento algún familiar, algún amigo te pide un consejo, ¿recomendarías a ojo cerrado Suzuki?

P: sí

S: ¿te parece que tiene algunos aspectos por mejorar?

P: no, en esas motos de alto cilindraje todas son buenas, o sea, yo no creo que alguien sacando una moto del concesionario y la use un año, dos años tenga alguna queja para uno decir “vea”, no, yo creo que esos productos japoneses en general pues en alto cilindraje para hablar de la marca japonesas o hablar de BM, Triumph, esas motos son buenas, todas son buenas, entonces sí yo sí, si me piden un consejo de V-Strom hoy por hoy “cómprela”, si lo único que le falta es plata búsquesela prestada pero ¡cómprela!

S: ya para terminar, me contabas que se comunicaban por whatsapp para avisar rodadas y todo eso, aparte de ese grupo del concesionario, ¿salís con amigos, familiares?

P: no, yo ya tengo un grupo como muy conocido, ya nos conocemos los gustos, el tipo de motociclismo que nos gusta hacer, entonces rodamos casi siempre los mismo, y está mezclado amigos y familia, pues rodamos mucho, no me pongan hablar de eso

S: listo Pablo yo creo que ya con esto acabamos, muchísimas gracias por tu tiempo, nos va a servir mucho la información y ahí estamos hablando si te interesa conocer los resultados

P: con mucho gusto, sí me cuentan los resultados

Entrevistado	Esteban Gallo (E)	Fecha	15/03/2014
Entrevistador	Sebastián Montoya Castillo (S)	Hora	1:30p.m.
Lugar	Mall Comercial San Lucas	Duración	43 min
Marca	Honda	Referencia	CB 600

S: Estamos aquí reunidos con Esteban que muy amablemente nos va a colaborar con una entrevista para la tesis. Buenos días Esteban ¿cómo estás?

E: Muy bien

S: Danos alguna información básica, como tu edad, donde vivís, a qué te dedicas.

E: Yo soy Esteban Gallo, trabajo en publicidad desde hace 7 años, vivo en San Lucas, la moto que tengo es una CB 600, y son imposibles de conseguir repuestos y todo.

S: ¿Qué modelo es tu moto?

E: 2012

S: ¿Desde cuándo manejas moto?

E: Desde que tenía 11 años y ya tengo 28

S: ¿Y cuantas motos has tenido?

E: 17

S: ¿Cuantas de alto cilindraje?

E: De alto cilindraje 2

S: ¿Y qué motos?

E: CS500 y ésta CB600

S: ¿Acostumbra llevar las motos a las revisiones de garantía?

E: Sí, siempre

S: Y esta última moto, ¿dónde la compraste?

E: En honda, en la feria de las dos ruedas, la vi. Hace muchos años la venía buscando y se me dio la oportunidad y la compre de una.

S: Y ese stand de la feria de las dos ruedas ¿era de un concesionario específico?

E: si, de Honda. De Supermotos Honda, pero allí había gente de todas partes. Yo vi gente de todos los distribuidores, de Envigado, de la 65. De san diego, había vendedores de todas partes.

S: ¿por qué compraste específicamente esta moto, que buscabas de esta moto?

E: soy fanático, llevo muchos años viéndola. Esa moto salió en el 97 la primera y más o menos desde el año 2000 vengo siguiéndola. A este último modelo le habían hecho muchos cambios y no sé, ese día tenía oportunidad y la compré

S: ¿dónde le hacías seguimiento a la moto?

E: en internet, la moto es muy escasa en Medellín, yo en el Llano la llegué a ver si mucho dos veces. Aquí en Medellín he visto otras dos de modelos más viejos, es demasiado

escasa. En Brasil y en Europa está muy pegada, pero aquí en la gama que está es tan costosa, que no la traen, entonces la vi, y vi que me daba y la compré de una.

S: ¿y en internet en qué tipo de páginas, blocks?

E: no, youtube

S: ¿por qué decidiste comprar esa moto en concesionario, porque era muy difícil conseguirla de segunda?

E: de segunda, de estas mismas hay tres en Medellín, y el que las tiene es muy difícil que la venda.

S: ¿si hubiera existido la oportunidad de comprarla de segunda, lo hubieras hecho o hubieras preferido nueva?

E: un segundazo bueno, aguanta siempre

S: ¿habías visitado algunos concesionarios buscando esta moto?

E: de esta no, estaba buscando una Yamaha, una 660. Estaba buscando entre la 660 y una ER6N, esa es Kawasaki y no, hice los papeles con Yamaha, con Kawasaki, el acompañamiento de Yamaha en preventa es pésimo, el de Kawasaki también es muy malo. En Honda el acompañamiento preventa es muy bueno, en el momento de la venta y la postventa es asquerosa. En Kawasaki es muy buena la postventa, responden muy rápido, pero en Yamaha es pésimo preventa, pésimo postventa, casi que hay que rogarles, pero yo tiré primero para la 660, pero un mes y no me atendían, en Kawasaki con la R como que no la querían vender, como tienen tanto flujo de gente con las Pulsar, descuidan mucho la venta de las otras motos.

S: ¿a qué concesionario de Yamaha visitaste?

E: visité Moto Work y uno en Envigado que no me acuerdo como se llama que es por ahí por San Marcos

S: ¿y en Kawasaki?

E: estuve en la 10 y también estuve en uno por allá en la 30, porque Kawasaki solo tiene venta de alto cilindraje en la 10 y en otro, es muy difícil conseguir una Kawasaki aquí, Auteco tiene lleno de Pulsar todos los concesionarios entonces eso es muy complicado

S: ya que has tenido tanta experiencia visitando concesionarios, ¿para vos que tan importante es la facilidad de acceso y la ubicación que tienen los concesionarios, o te es indiferente a la hora de buscar una moto?

E: eso depende, y es que comprar una moto así sea de un millón de pesos, cuando uno va a comprar una moto de un millón de pesos, un millón de pesos sigue siendo mucha plata y uno va hasta allá, es como cuando vos vas a comprar un apartamento vos buscas es el que querés y si queda en la conchinchina a vos te importa un bleo si tenés difícil el acceso para parquear la primera vez que llegas

S: cuando llegaste a estos concesionarios, ¿Quién fue la persona que te atendió?, pues un vendedor normal o personal de la parte administrativa

E: en Yamaha siempre fue un vendedor normal, muy déspota, muy maluca de manejar, en Kawasaki fueron dos vendedores muy conocedores, muy bacanos pero a la hora de concretar el negocio fue complicado, mientras que en Honda me atendió hasta el gerente. Claro que cuando va uno a poner la queja ahí si no aparecen pero en Honda mientras el proceso de la compra, todo el proceso de la preventa hasta el gerente me atendió

S: de estos vendedores o de la persona que te atiende, ¿qué te parece importante que te ofrezca?

E: que sepan que me están vendiendo, pues en el caso de estas motos tan grandes a uno le preocupa mucho los accesorios, los repuestos, las llantas, los frenos, que uno le pregunte si el ABS es doble, cuántos pistones va a salir, que él no te salga con una babosada o que si no sabe que no invente, que diga “te voy a llamar a una persona que si sabe”. En Yamaha con la 660 yo tenía una preocupación y era que yo le iba a quitar los dos mofles y le iba a poner uno solo, entonces yo le decía a la vendedora “yo le voy a quitar los dos mofles, ¿ustedes tienen como sustentarme eso?”, y la vieja no me decía nada, ni me decía que me llamaba al técnico de las motos, nada, “no, no eso vamos mirando con el tiempo”, cómo que vamos mirando con el tiempo es que yo ya sé cómo quiero mi moto, entonces “¿se puede?”, y la vendedora ni me llamaba a un técnico ni me llamaba a nadie, entonces me pareció muy maluco, Yamaha tiene la peor preventa del mundo

S: ¿cuándo visitabas estos concesionarios era porque conocías alguien de ahí, te lo habían recomendado o simplemente eran los de más fácil acceso?

E: no, al principio yo vi que tenía la plata y lo más fácil es Google, uno busca en Google “concesionarios más cercanos”, entonces el primero que busqué fue en Envigado que me quedaba ahí súper cerquita de la oficina, entonces fui, vi la moto y yo tengo amigos con

esas motos entonces ya sé cómo son, y no al principio uno busca es la cercanía, dónde está la moto más cerquita

S: y ¿cuándo visitaste estos concesionarios esperabas tener algún tipo de asesoría, o vos ya te habías documentado?

E: yo ya me había documentado, uno se documenta tanto, o por lo menos en mi caso, me documenté tanto que ya me sabía qué hacía y que no hacía la moto, como le podía exigir, todo, sin embargo uno espera que el vendedor tenga un conocimiento más que básico de lo que está vendiendo, pues uno igual lee en internet y las fichas técnicas son una cosa, pues lo que te muestran las páginas de los concesionarios son una cosa, ya cuando uno ve la moto es otra cosa, uno va a embolsillar 19 – 20 millones por una moto de esas uno espera que todo esté muy bien especificado

S: ¿qué características fueron las determinantes para escoger esta moto?

E: que la he seguido muchos años, llevo muchos años persiguiéndola, era CBR 600 o CB 600, desde muy pequeño pues

S: ¿qué características técnicas o estéticas predominaron en esta que compraste sobre la otra?

E: esta es la mejor de la gama, pues de la gama 600 es la mejor

S: visitaste varias veces, pues obviamente lo compraste en la feria de las dos ruedas, ¿fuiste varias veces a verla o la primera vez que fuiste la compraste?

E: fui a buscar la 660 al stand de Moto Work y hablé con la vendedora porque ya estaba mamado de ir al de Envigado a que me dijeran que sí y yo llevaba los papeles, yo tenía un parte, por ejemplo en Honda ese día, era un domingo, me dijeron “espéreme”, llamaron y me dijeron “para el miércoles te hacemos borrar ese parte”, en Yamaha yo estuve un mes y yo decía que no quería voltear con eso, “yo les doy la plata y ustedes lo pagan” y me ponían peros, en Kawasaki también, yo no quiero voltear con eso, es que ir al tránsito es muy engorroso, pues si ustedes quieren ganarse una comisión de 400 mil pesos, que es más o menos la comisión de preventa de esta moto, pues haga el trabajito y manden 30 mil pesos que les vale la vuelta. En Honda no, en Honda se demoraron tres días en hacerme borrar eso, y eso me enserio mucho pues, ellos decían “es que usted va a comprar una moto costosa y lo queremos sacar, le vamos a hacer esa vuelta ya”

S: ¿antes de comprar la moto vos la habías manejado antes?

E: esa no, son muy escasas, en Medellín del modelo que yo tengo hay tres y en Barranquilla hay otras cuatro, pues importaron 10 a Colombia, son bien escasas

S: ¿entonces el concesionario no tenía forma de ofrecerte un *test drive*?

E: la estaban ofreciendo y me llamaban para que la mostrara, porque no había en Medellín, entonces si el cliente decidía la importaban, pero ya creo que ni la importan pues, ya salió el modelo nuevo que es totalmente diferente

S: ¿te hubiera gustado probarla antes de comprarla?

E: sí

S: ¿te parece fundamental después de esta experiencia poder probar una moto antes de comprarla, o tampoco es tan determinante?

E: no sé, igual uno prueba una moto y eso no le dice a uno nada, pues una moto chiquita se maneja igual que una grande, es el clutch, los cambios, todo es igual, que hale más o que hale menos no es pues determinante en el momento que uno las ensaya, pero ya cuando uno les coge ritmo y sabe que se puede hacer con ellas y que no ya es pues un *test drive* de dos meses por ahí para uno saber que está comprando

S: ¿allá en Honda te ofrecieron algún plan de financiamiento?

E: no yo ya llegué con el financiamiento que quería, pues yo ya había hablado con el banco, ya tenía todo

S: ¿utilizaste un financiamiento externo, nada con el concesionario?

E: no porque el concesionario, pues aunque estoy seguro que a la vendedora le dieron pues su parte de comisión, los concesionarios me parece que son muy fastidiosos a la hora de los papeles, porque entonces uno entrega todos los papeles y apenas ya tiene el contacto con el financiamiento del banco, el banco vuelve y te los pide, entonces me parece que es ese doble proceso. Yo más bien hice el proceso con el banco, les dije que estaba buscando una moto y cuando ya la encontré los llamé y les dije “ve lo que necesito es tanta plata, ¿me lo dan o no?”, pero siempre fue aparte

S: Cuándo les consignaste la plata, ¿cuánto tiempo se demoraron en entregarte la moto?

E: se me demoraron 15 días en entregármela, se demoraron mucho mucho, porque la moto la trajeron desde Cali, pues no habían motos aquí en Medellín y la trajeron desde Cali

S: ¿te habían dicho que se demoraban este tiempo?

E: que se demoraban dos días, me habían dicho que se demoraban dos días

S: ¿cuál fue tu procedimiento a seguir al ver la demora?

E: me emputé, les hice escándalos, les escribí en Facebook y afortunadamente Facebook es una herramienta muy efectiva y la trajeron al otro día. Y así pasó, tengo un problema con la suspensión delantera, eso pasó en octubre 30 que hice el requerimiento de garantía, me dijeron que para el 27 de noviembre estaba el repuesto acá, no para el 28, el 27 fui y me dijeron que no, pero que ya lo habían pedido y no sé qué, me mamé, en enero lo mismo, nada. El 30 de enero escribí en Facebook “no me han traído el repuesto, estoy mamado”, mandé los correos que había tenido con Honda, al otro día me respondieron por Facebook “ya pasamos tu caso y está en manos de los competentes de garantía, de los jefes de posventa”, al otro día me escribieron que ya habían pedido el repuesto y me mandaron el requerimiento del repuesto ese día, pues me habían tenido tres meses mamándome gallo con esos repuestos, que si lo habían pedido, que si iba a llegar, estaban era como esperando a que se pasara el tiempo de garantía y dejarme sin responderme, son muy descarados, Honda me parece que son los más descarados con eso

S: te parece fundamental que obviamente una empresa de estas te cumpla con el tiempo que te dice, ¿igual hubieras comprado la moto si desde el principio te dicen que se demoraba 15 días?

E: pues yo igual la iba a comprar, así me hubieran dicho que se demoraba 15 días, pues uno la espera, pero por ejemplo si me hubieran dicho “es que tu repuesto se demora cuatro meses en llegar porque a nosotros no nos da la gana”, yo no la llevo ni una sola vez a garantía, ni una pues, es que me cobran lo mismo que llevarla a un mecánico

S: Cuando te entregaron la moto después de las dos semanas, ¿cómo fue este proceso de entrega, dónde te la entregaron, qué instrucciones te dieron?

E: no pues, ahí si hubo un técnico que me explicó todas las funciones de la moto, cómo prendía, cuáles eran los indicadores que tenía que tener en cuenta, cómo la debía tratar, es más este man salió de Honda y todavía tengo contacto con él, y pues él me explicó todo perfecto, no sé en este momento cómo esté, pero todo perfecto me dijo que debía y que no debía hacer con la moto

S: ¿te la entregaron en el concesionario?

E: sí

S: ¿te explicaron ahí el proceso de garantía, los requerimientos de cuántos kilómetros?

E: pero no fueron muy específicos, ellos no son muy específicos con eso

S: ¿te parece importante todo eso que contaste que él te explicó bien para que eran todos los botones, te parece fundamental o personas como ustedes que ya saben tanto eso no es tan necesario?

E: eso si es necesario porque igual son motos que traen mucha tecnología, muchos adelantos en electrónica, botones, comandos, el panel del tacómetro tiene dos botones y si a mí no me dicen para qué es, te aseguro que yo no me voy a leer el manual a ver para que funcionan

S: un aspecto positivo que resaltes de Honda, pues de este proceso que viviste

E: pues el acompañamiento preventa fue excelente, me llamaban, me preguntaban, me preguntaban hasta si ya había desayunado, que si estaba bien, pues eran muy formales, se preocupaban mucho por cómo estaba yo como cliente y con la expectativa de comprar la moto, yo digo que igual ellos deben cumplir unas metas y ellos ganan por vender, pero la parte de la preventa fue muy buena, como te digo hasta el gerente habló conmigo, me contó cosas que iban a hacer con Honda, fue muy bacana la parte de preventa

S: y excluyendo la parte de posventa, que ya has mencionado que te ha ido muy mal con la marca, ¿qué aspectos a mejorar ves en ese proceso comercial de la venta de parte de Honda?

E: de parte de Honda, Honda no vende ningún accesorio, te entrega la moto intacta, por ejemplo conseguir las llantas, los frenos, cuando a mí se me acaba la pasta de los frenos se demoran 15 días también en llegar, entonces me tocó conseguir proveedores externos, las llantas son proveedores externos, y si quieren que uno les marche con la garantía al pie de la letra uno les tendría que comprar a ellos, ellos tendrían que tener el stock todas esas partes, y no, es imposible, ellos de motos de alto cilindraje no tienen stock, nada absolutamente nada

S: entonces para terminar esta parte del proceso comercial, ¿será que me puedes hacer un resumen desde que empezaste a buscar la moto hasta que te la entregaron, pues como paso a paso de cómo fue el proceso?

E: haber, como te digo cuando empecé a buscar la moto estaba buscando otra totalmente distinta, la compré porque cuando íbamos saliendo de la feria yo iba con una amiga y me la encontré y yo le dije “esta es la moto que yo he buscado toda la vida, vení averigüémosla”,

me pareció barata y empezamos el proceso, siempre muy atentos, me llamaban más o menos cada tres días a preguntarme cómo estaba, cómo iba con el proceso de la moto, me llamaba el gerente, me llamaba la vendedora, apenas se firmaron los papeles con el banco y se aprobó el crédito fue que empezó a penar porque Honda decía que no traían la moto sino hasta que el banco desembolsara la plata, el banco no desembolsaba hasta que la moto no estuviera matriculada, entonces ahí ellos chocaron, yo les dije “ah ustedes verán o me la entregan o cancelo todo, yo ya firmé pero a ustedes no les han desembolsado y a mí no me han entregado la moto”, ahí sí fue que dijeron “la vamos a traer”, pues todos los días llamaban a decirme que ya estaban empacando la moto, ya me dijeron que la iban a mandar y nada y nada, hasta que escribí en Facebook y ahí mismo, pues eso es lo malo, que hay que poner la queja cuando ya supuestamente la plata está ahí, hay que poner quejas para que se muevan, pero de resto todo excelente, me decían que apenas quisiera podía cambiar la moto por otra muy fácil y sí, el proceso de preventiva de Honda yo creo que es el mejor, ni Triumph, ni KTM, ni Yamaha, en ninguna parte te atienden tan bien

S: en todos estos momentos que me describiste que hiciste en este proceso de preventiva hasta el de venta, ¿cuál es el momento que más satisfacción te ha generado?

E: sacarla, pues la primera tanqueada y sacarla fue lo más satisfactorio, pues ya está uno montado en ella, eso es lo mejor, no importa que haya sido tanta plata, no importa que la gente te diga “yo con esa plata me hubiera comprado otra cosa”, no es problema mío

S: ¿crees que el concesionario le dio la importancia que tuvo para vos a ese momento o para ellos fue una entrega más de una moto cualquiera de las que producen?

E: me parece que deben tener un mejor posventa, pues llamar a preguntar cómo está la moto, pues preocuparse por un producto que los va a ser quedar bien o mal después, igual los comentarios que yo haga van a influir mucho en las otras personas que me pregunten que esa moto qué

S: bueno y por ejemplo en ese momento de entrega que dices que a ellos no les importó, ¿te hubiera gustado que te hubieran tomado una foto o un moño o cualquier cosa?

E: sí, me la entregaron hasta sucia, la sacaron del guacal, yo llegué y la estaban sacando del guacal y no le pasaron ni un trapo, pues le pusieron la placa, llamaron al técnico, el técnico me explicó todo y ya, pero si me pareció peyesito eso, igual yo quería la moto ya

S: la decisión que tomaste para comprar esta moto, ¿tuvo que ver mucho con los incentivos que te ayudaban a pagar la multa que tenías pendiente y todo eso o fueron cosas adicionales que no tuvieron nada que ver con la decisión de comprar esa moto?

E: la verdad, si en Yamaha me hubieran atendido mejor, yo la hubiera comprado allá, si en Yamaha, yo fui en febrero y en mayo vine a comprar la moto, en Yamaha febrero y marzo me mamaron gallo todo el tiempo, y yo decía “¿entonces” ya tengo los papeles, ya todo está listo, ¿qué hace falta?”, me decían “pague el parte”, yo les decía “yo les doy la plata y me lo pagan, eso ustedes van a tener un tramitador allá por qué no me ayudan que no tengo tiempo de irme hasta allá” y “no, pague el parte”, y yo “no pero es que súmenlo, yo pago eso, no tengo problema, eso no tiene nada que ver con el banco” y no quisieron, en Kawasaki tampoco me quisieron ayudar y en Honda en tres días sin yo pagar la moto, yo solamente firmé los papeles de la toma de los datos y me llamaron “ya su parte está solucionado”, y ya me fui con ellos e inicié el proceso

S: aparte de este incentivo, pues por el pago en efectivo que le ibas a hacer a Honda, ¿te ofrecieron algún descuento?

E: nada

S: y ¿en ninguna otra marca te ofrecieron algún incentivo?

E: nada, porque a vos siempre te dicen es que no sé quién trabaja en tal parte y te consigue un descuento del 5%, y uno va y ese 5% es después de que vos pagas que te lo devuelven, o casi que hay que poner la moto a nombre de la persona del descuento o si no en realidad el descuento nunca se ve, mi jefe me dijo “vea, yo conozco una persona que trabaja en Auteco y nos consigue un descuento del 7% con esa moto”, entonces yo tiré calculadora y 22 millones del 7, yo dije “no este descuento está una chimba, la voy a sacar acá”, pero había que poner la moto a nombre de esta señora y yo no, no, pues después me toca rehacer los papeles, o hay una foto multa y la señora me quita la moto, o la señora pelea con mi jefe y me quita la moto, pues cualquier cosa, que quede a nombre mío y listo

S: Listo ya con esto terminamos la parte comercial, ahora la parte posventa que ya nos la has mencionado que te ha ido bastante mal con la marca. ¿Acostumbras a llevar pues periódicamente cuando cumple el kilometraje la moto a las revisiones, pues todavía tenés garantía?

E: todavía tiene garantía, ella tiene garantía de un año o 20 mil kilómetros, y por ejemplo hoy estábamos entregando la moto para que le hicieran el cambio de este repuesto y hay que esperar, pues apenas se iban a fijar si era el de la moto, a mí me pareció incomodo pero lo que yo necesito es que la moto esté bien para hacer lo que me gusta con ella que es sacarla

S: ¿a cuántas revisiones te ha tocado llevarla?

E: a cuatro, cada revisión es más o menos de 180 mil pesos, cambio de aceite, pues uno paga la revisión, no le cobran supuestamente la mano de obra pero uno paga la revisión completa, le paga el cambio de aceite, le paga el filtro, pues uno paga todo, pago para que la lubriquen, pago casi que hasta el nitrógeno que le echan a las llantas

S: dejando a un lado pues la parte que te han incumplido mucho con los tiempos, si analizamos solo el tema de costos, ¿este sería un factor determinante para que la dejaras de llevar a un centro autorizado y la lleves a otro taller?

E: claro si es más barato y tiene la misma calidad, uno lo lleva a donde es más barato

S: ¿aunque no sea autorizado por la marca?

E: es que la verdad es que la marca ha incumplido tanto que me importa un culo si me autorizan o no, es que la moto ya es mía, yo necesito es que me respondan por ese repuesto y ya, no la vuelvo a llevar, para nada, ya con otra moto tuvimos ese problema que se me dañó el tacómetro y yo la lleve por garantía y se me pasó el año y se me murieron de la risa, pues yo la llevaba a las revisiones y me decían “si tu tacómetro ya está en proceso de traerlo”, y yo veía los tacómetros en las estanterías de la marca, y yo “pero si ahí los veo”, “es que esos son para muestras y no sé qué”, lo creen a uno guevón, por ejemplo una vez compré una moto en Auteco, mi papá necesitaba una moto para el mensajero y me mandó y compré una Boxer, entonces la matriculé a nombre mío, hice todo el proceso, me demoré medio día, cuando uno llega con la plata en efectivo se la dan a medio día, ese mismo día la matricularon, mientras esperé no me ofrecieron ni un vasito de agua, ahí en la 33, no me acuerdo como se llama, en el Dismerca de ahí de la 33, bueno y esperé, hicieron todas las vueltas, yo llegué a las 7 de la mañana, la moto me la entregaron a medio día y cuando me la entregaron yo pregunté “¿qué tanta gasolina tengo yo para irme, pues alcanzo a llegar a Envigado”, yo les hice la pregunta al vendedor, él me respondió “lo que pasa es que aquí le echamos gasolina de la mala, échele de la buena”, yo le dije “¡vos sos marica o qué!” , pues como me dice eso a mí, la gasolina es buena aquí y en cualquier otra parte, decime más bien que lo que te pagué no les alcanza para echarme gasolina, y desde eso no compramos en Auteco, y le dijo lo mismo a otra persona, pues la otra persona no escuchó lo que yo le dije, cuando me estaban entregando la moto a mí, le dijo lo mismo a la otra persona, a otro que venía como en fila esperando moto y él lo recibió bien, a mí sí me indispuso eso, pues como me dice esa estupidez

S: ¿has tenido necesidad de llevar esa última moto a garantía pero por alguna falla, no pues por kilometraje?

E: la suspensión se dañó, empezó a botar aceite y eso no es normal, después ya de haberla comprado vi que suspensión tenía y empecé a buscar cuál era y es casi que una suspensión

de Moto GP, ponele moto GP de 2013 es la suspensión, que la barra que sale mala es una en un millón, entonces la llevé y les dije “pasa esto, esto me está botando aceite, no son retenedores necesito que me respondan por garantía”, el técnico la entró y salió a los diez minutos, me dijo que eso era garantía que iba a llamar al jefe técnico, llamaron al jefe técnico de Honda, “si eso es garantía, vamos a tomar unas fotos”, pasaron tres días y yo llamé “aprobada la garantía” y ahí entró el proceso maluco, pero si me ha tocado ya con varias motos nuevas, pues no hay moto nueva que no ponga problema, no conozco la primera persona que me diga “a mi moto no le hicieron nada durante la garantía”, siempre les cambian algo

S: obviamente cuando se te presentó esta falla la llevaste inmediatamente sin pedir cita ni nada

E: no, yo llamé, con estas motos uno tiene muchas ventajas, uno no tiene que pedir cita, uno llama y dice “voy a llevar la moto” y se la reciben. Las motos de 250 para abajo pida cita, llegue a las 6 de la mañana, haga fila, pues hay que mamarselo para que se lo reciban a uno, pero con estas motos es muy fácil, uno llama al técnico y como son tan poquitas motos, el técnico te la recibe de una, la verdad es que las revisiones con esta por ejemplo me llamaron el martes a decirme “traiga la moto mañana temprano” y yo les dije no, la moto va el sábado, “¿me esperan hasta el sábado?, sí la moto tiene todo el día para entregarla, pues no te limitan tanto

S: ¿Esta facilidad es igual para cuando es una revisión por kilometraje?

E: por kilometraje también, yo llegaba a cualquier parte y veía el kilometraje que ya se iba a cumplir y yo llamé al técnico a las seis de la tarde “ve se me va a cumplir el kilometraje”, “ah tráigala mañana tranquilo”, o llamaba a las cuatro de la tarde, “ah no tráigala ya”, pues es muy fácil

S: al centro de servicio a donde vos la llevas a garantía, ¿cómo son las instalaciones de este centro de servicio, pues son amplias, limpias o tienen un aspecto como maluco?

E: son amplias y limpias, es más, me entregaban la moto lavada, cosa que en Auteco no hacían por ejemplo. Yo tuve una Pulsar y la llevaba a Auteco y me la entregaban engrasada y me enfurecía yo llevarla lavada y que me la entregaran engrasada, pero en Honda impecable esa parte, ese pedacito de la revisión te entregan la moto hasta lavada

S: ¿a qué centro de servicio la llevas?

E: a la 65, antes la llevaba a San Diego pero siempre estuve detrás del mismo técnico, hasta que este man se fue, se fue creo que la semana pasada

S: este factor pues que me decías que te la entregaban lavada, si en otro centro de servicio te la entregaran limpia, obviamente no sucia, este valor agregado de que te la entreguen lavada, ¿te motiva a llevarla a este centro de servicio o son más importantes otros factores?

E: a mí me queda más fácil llevarla a Envigado, en Envigado igual me la reciben, pero el técnico me daba más confianza, pues saber cuál era el técnico y que me la entregaran lavada si me motiva a llevarla, que pereza lavar una moto. Un carro vos le pasas el trapo y ya, la moto tiene huecos, huequitos, huecotes, cadenas por fuera, los mofles por fuera, pues la moto es una cosa muy distinta de lavar y pues me parece bacano que se tomen esa molestia, le cambiaron el aceite y el filtro y me lavan la moto, igual las revisiones son muy caras, y pagar todo eso y que no se tomen la molestia ni de limpiarla

S: el centro de servicio que me dices de Envigado ¿cuál es?

E: ahí por la fiscalía de Envigado hay un Honda y ahí tienen centro de servicio

S: ¿Cuándo ingresas la moto a una revisión de kilometraje por garantía, ellos te llenan algún formato de entrada?

E: la revisan toda, revisan toda la moto a ver en qué condiciones está, te preguntan alguna cosa y ya, llenan un formato y a uno le entregan una hoja rosada en este caso

S: ¿quién te recibe la moto?

E: el mecánico, el técnico

S: ¿esa es la persona que se va a encargar de la moto?

E: él la recibe mientras otra persona llena los datos, que te recibe los papeles y las llaves

S: ¿el centro de servicio mantiene contacto constante?

E: ese es el problema que yo te decía. En Auteco lo hacen, en Auteco te llaman y te preguntan ¿cómo estás, cómo vas?, en Honda no

S: lo digo es mientras tienes la moto allá, ¿ellos te dicen “ah mira le estamos haciendo esto, le encontramos esto” o para nada?

E: en todo el tiempo nunca fue así, me llamaban a decir que la moto estaba lista

S: y ¿Cuándo le entregaste la moto te informaron aproximadamente el tiempo que se iban a demorar?

E: no, pues yo preguntaba “¿para cuándo está lista?”. Generalmente una revisión se demora medio día

S: ¿cumplían con estas fechas?

E: sí, pues yo siempre preguntaba “¿cuánto te demoras?” y él siempre me decía cuanto se demoraba

S: ¿en ningún momento te quedaste en el centro de servicio para ver qué le hacían a la moto?

E: una vez me quedé y no hubo ningún problema, me dejaron entrar, me dejaron sentar al lado del técnico, ver qué le estaba haciendo, me permitieron todo eso. En Auteco creo que no lo permiten

S: ¿para vos esto es un valor importante poder hacer esto?

E: no, yo quería ver que le iban a hacer, pero pues uno trabajando, sin tiempo, muchas veces yo mandaba a mi hermanito que no tenía nada que hacer “ve llévame la moto”

S: ya cuando te iban a entregar la moto, ¿quién te la entregaba, la misma persona que te la recibió?

E: el mismo que me la recibió

S: ¿te explicaba todo el procedimiento de la moto?

E: sí

S: y aparte de recibirla, ¿vos revisas la moto, pues cómo la revisas?

E: lo mismo que ellos hacen, la verdad lo mismo que ellos hacen, revisar que no tuviera rayones, prenderla, quitarle la silla y daba una vuelta y volvía, la moto si tenía alguna cosa les decía que había quedado mal o si quedaba buena pues la liga ahí para el mecánico

S: y ya hablando de la parte de repuestos que es donde vos has tenido problemas, aparte del tiempo que te han hecho perder, ¿te parece que todas las personas que te atienden en la parte de repuestos y todos tienen los conocimientos necesarios sobre todo esto o son vendedores común y corriente?

E: me remitían al técnico, y el técnico ya se dirigía como a la zona con el manual, pues el técnico era el que iba y referenciaba ya con la zona de repuestos y esto, pero me parecía

tan engorroso esperar para cualquier repuesto que buscaba proveedores aquí nacionales, externos algunos y es mucho más fácil. La verdad los concesionarios se dedicaron a vender motos, no a ofrecerte una posventa

S: entonces del servicio posventa ¿qué aspectos positivos destacas de Honda?

E: la verdad ninguna, **pues las revisiones muy de buenas porque le caí bien al técnico y el técnico era excelente**, pero Honda en la posventa es asquerosa

S: en los aspectos que tiene por mejorar, obviamente en las fechas de cumplimiento

E: no, con las fechas de cumplimiento no, **que cumplan, por lo menos que cumpla, que no haya que pelear, que no haya que armar escándalo, que no haya que saltarse cadenas, si no que desde el primero que te recibe te diga que si o que no y que lo cumpla**

S: me contaste que en el concesionario no vendían ningún tipo de accesorio, ¿en el centro de servicio donde la llevas si los venden?

E: no, no sé, para la moto mía es imposible conseguir cualquier cosa, todo lo que le hemos conseguido hay que traerlo de la USA o traer de Brasil o Italia, todo ha sido muy difícil, entonces el manual por ejemplo dice: las llantas tienen que ser estas y en el concesionario no hay y en ninguna parte hay y ya empieza uno a buscar pues como por cumplir garantía en partes donde vendan las llantas y no las hay, pregunta uno “¿por qué no venden esas llantas?”, llantas de ensamble en cualquier moto son malas, entonces ya empieza uno a buscar llantas con las mismas especificaciones pero mejores, pues por ejemplo en llantas

S: ya hagamos el mismo ejercicio que hicimos para la parte comercial, que describas así paso a paso cómo es el procedimiento de un servicio posventa con Honda

E: entonces uno ya identifica que tiene la garantía con el kilometraje y llama, era llamar y con la moto siempre fue muy fácil, pues siempre fue te la recibo de una y te la entrego de una, una vez había una CBR antes de mí y la adelantaron a la otra moto, pero “no es que este man viene mañana por ella, no hay ningún problema”, pues siempre fue muy fácil, las revisiones fueron muy fáciles, pero nunca se preocuparon por cómo estaba la moto, si estaba buena, si fallaba, pues siempre fue como ya usted compró la moto, ya se encartó con ella, me parece que esa era la actitud frente a mi como cliente, ya es problema suya, ya no tenemos nada que ver

S: listo entonces ya con esto terminamos la parte tanto comercial como de posventa, ya que dijiste que la marca después de la compra nunca se volvió a comunicar con vos, ¿te parecería importante que la marca mantuviera contacto así fuera a través de mails donde

te pregunte sobre la moto o te cuente acerca de eventos o te invite a lanzamientos de nuevas motos, o simplemente no te interesa?

E: La marca mantuvo contacto conmigo ofreciéndome promociones de motos que no tenían nada que ver conmigo. Eventos, por decir hay un evento en Cali, un lanzamiento y yo soy de Medellín, ¿para qué me mandan a mí eso?, pues me van a mandar pasajes o qué, entonces me daba tanta pereza que yo más bien bloquee eso. Y sí me parece muy importante, en KIA por ejemplo te llaman, pues vos compras un carro en KIA y te llaman y te preguntan ¿qué pasó?, ¿cómo vas?; en Chevrolet vos compras un carro, mi mamá compró una camioneta en diciembre y la están llamando cada 15 días a preguntarle cómo está la camioneta, cómo van las revisiones, pues le preguntan todo, a mí me parece que eso es muy importante

S: obviamente ya nos contaste que utilizaste el canal de Facebook pues para quejarte con la marca, ¿has utilizado algún otro canal, twitter o la línea 018000 o siempre ha sido a través de Facebook?

E: a través de Facebook y ya como vi que no estaba funcionando pues, que vi que Facebook solo había sido un regaño para ellos y habían dejado eso así, les volví a escribir porque no me habían respondido y me escribieron que iban a tramitar mi caso, ahí mismo me dirigí a la SIC, me inscribí para hacer la denuncia porque ya estaba mamado, pero me pareció que Facebook fue la herramienta, pues me dieron la garantía por Facebook, porque empecé a quejarme, en todos los comentarios que ponían, ponían cualquier comentario sobre la moto y de una ponía un mal comentario, que la mejor moto, les escribía: la mejor pero con el peor respaldo, hace eso en 15 comentarios y a los diez minutos me contestaron “¿qué pasó con la moto?”, pues el community estaba muy pendiente y eso me parece fundamental

S: te hago una pregunta, aunque no sé si sobra, pero ¿vos volverías a comprar una moto de marca Honda?

E: pero ya no nueva, ya totalmente ajeno a Honda

S: pues te gustó la marca como tal

E: no la marca es excelente, pero el servicio de posventa en Medellín es tan malo que no quiero tener nada que ver con eso

S: ¿si algún amigo o familiar te pide una recomendación porque va a comprar una moto, recomiendas Honda o tenes planes de cambiar la moto y recomiendas otra marca?

E: no pues como todo depende es su uso, depende de para qué la va a usar, pero la verdad Honda es muy buena, pero la posventa es asquerosa, no la recomendaría para nada

S: bueno Esteban con esto terminamos, muchas gracias, que pena haberte molestado un fin de semana con esto

E: no tranquilo, con mucho gusto

Entrevistado	Daniel Ramírez (D)	Fecha	22/03/2014
Entrevistador	Sebastián Montoya Castillo (S)	Hora	1:00p.m.
Lugar	Centro Comercial Viva Laureles	Duración	37 min
Marca	Honda	Referencia	VFR 800

S: Estamos aquí con Daniel que muy amablemente nos va a colaborar con la entrevista acerca de su moto, acerca de todas sus experiencias vividas en el servicio comercial y el proceso pos venta. ¿Cómo estás Daniel?

D: bien, gracias

S: empecemos como con unos datitos básicos, pues como para conocerte mejor, decinos tu nombre, dónde vivís, a qué te dedicas

D: me llamo Daniel Ramírez, tengo 26 años, soy ingeniero civil hace tres años y medio o cuatro, vivo por el estadio, trabajo en Colpatria como ingeniero de riesgos, el nivel de estudios pues es la carrera no más, todavía no he hecho la especialización

S: entonces ya hablemos de la moto que tenes actualmente, ¿qué moto es, qué marca?

D: bueno en este momento tengo una Honda, una VFR 800, se la compramos a Honda pero por medio de un intermediario, porque solo trajeron seis entonces era una exclusividad aparte, al comprarla pues digamos que me fue entre bien y mal, el haberla comprado con un intermediario fue un error porque él no estaba registrado ante el RUN, entonces Honda se la vendió a él normalmente, entonces para él vendérmela a mí, él no estaba registrado, entonces tuve que esperar un proceso de poderse registrar, pues el proceso de podérmela vender, porque prácticamente él tuvo la ganancia de haberla comprado directamente, ya luego tocó esperar casi dos semanas, ya la matriculé, ya sin ningún problema, con respecto a la garantía la Honda siempre ha tenido un problema y es que ellos te la venden pero nunca tienen repuestos, a la hora de la garantía, pues de una revisión, yo tuve un problema con la moto, tuvo un problema en el motor, ellos lo solucionaron pero se me demoró una

semana más, entonces si uno lo junta son tres semanas y media. Ya luego para las revisiones normales ni siquiera se hicieron en la Honda, se hicieron por medio de un mecánico que él le pagó, me tocó pagar a mí también y simplemente era una revisión de aceite, un cambio de aceite, lo cual yo soy capaz de hacerlo entonces no la volví a llevar, la llevé no más a la primera, de resto la moto ha salido bien, no ha tenido ningún problema

S: ¿qué modelo es la moto?

D: 2011

S: ¿por qué preferiste comprar la moto por intermediario y no al concesionario?

D: porque me la vendía más cara, o sea, la Honda me la vendía a mí a un precio, la Honda me la vendía a mí a 42 millones y el intermediario me la vendía en 38

S: ¿desde cuándo manejas moto vos?

D: desde los 14

S: ¿has tenido muchas motos antes de esta?

D: sí, tuve Yamaha

S: ¿qué referencias?

D: pues la Yamaha si me fue bien, tuve dos que saqué de concesionario, me fue bien en el sentido en que a la hora de que vos te vendes y vos vas allá a que te la compren y vos vas allá mal vestido a vos no te atienden bien, ya después de que vos preguntas por las motos de alto cilindraje ahí sí “ay querés agüita, querés un tinto, querés algo para comer”, después de que te la venden ya no se preocupan por uno, yo por ejemplo tengo un carro y a uno lo llaman y es “venga cuando cumple la revisión, pilas para que no se pasa, o venga tráigala acá”, allá no se preocuparon por nada y las revisiones son carísimas pues, a un amigo le pasó, la llevó a un Yamaha, le cambiaron piezas, no la volvió a llevar, yo después que le escuché eso no volví a llevar las motos, a la Honda cuando la llevé a que le iban a cambiar el aceite y eso, estuve presente todo el tiempo, me dijeron “váyase” y les dije “no tengo afán, yo me quedo”, pues yo pedía el día en el trabajo. También sacamos una moto de BMW, allá la atención si es súper buena, vos vas mal vestido y de todos modos te atienden bien, la sacamos, han estado pendientes, las revisiones son carísimas, valen un platal, pero todo muy bien, allá siempre que uno va lo atienden súper bien pues es una atención VIP casi, es muy chévere

S: esta moto que tenés actualmente, ¿por qué compraste específicamente esa?

D: porque solamente trajeron seis

S: pero a lo que me refiero es por qué ese modelo y no por ejemplo una Kawasaki o no otra Yamaha

D: porque las motos de alto cilindraje tienen como un rango, siempre ha estado la Honda como la más fina y como la mejor, luego la Yamaha y ya luego está Kawasaki y Suzuki que son como las más regulares, entonces siempre tenía Yamaha y siempre aspiraba tener una Honda, y dije “ve voy a comprar esa”, y vi que había exclusividad de solo seis y aproveché y la compré, porque siempre he tenido motos así, que casi nadie tenga

S: ¿cuándo estabas comprando esa moto estabas comparando con alguna o solo pensaste en esa en ese momento?

D: pues yo tenía una Yamaha y yo no la pensaba cambiar si no que mi papá me dijo “Daniel no te gustaría cambiar la moto”, y yo “ah llevo un añito con ella, estoy bien así”, y me dijo “si quieres yo te colaboro y compramos otra, anda averíguate una Honda”, fui miré y ya después de que vi esa ya, yo cuando tengo los ojos en una moto me quedo con esa

S: ¿esa la viste en algún concesionario, en algún evento?

D: no esa la vi por medio de internet, me puse a buscar en las páginas y vi que la vendían en Europa y no en Estados Unidos, entonces dije “no, no la venden”, entonces por medio del intermediario le dije a él “oiste mira esta moto”, y me dijeron “ah aquí hay seis”, y yo “¿a cómo están”, ah que a 42 y yo “no eso es mucha plata”, cuando me dijo “ve te la puedo vender a 38”, entonces fui a la Honda y me dijeron que valía 42 y yo le dije al intermediario “yo se la compro a usted”. No sé cómo hizo, no sé cómo hace pero me la vendió más barata, pues ya no sé él que hará, si lavará plata, pero me la vendió más barata

S: cuando fuiste a los concesionarios a averiguar esta moto, ¿a cuál fuiste o fuiste a varios?

D: fui al de San Diego que queda en toda la glorieta, fui a otro en el sentido de Bulerías que queda a mano derecha, también fui. En el de san Diego la tenían, tenían la roja entonces aproveché, la miré, me gustó mucho, pero roja no me gustaba, le dije al intermediario que no la quería roja y me dijo “no roja es la que hay acá”, y yo le dije que la quería blanca, y me dijo “no, negra hay en Bogotá”, entonces le dije que no la iba a comprar que yo la quería blanca y sí no, no la quiero, me dijo que había que esperar que la trajeran de Cali y le dije que no tenía problema, yo espero. Y ya me la llevaron, me la dieron y tuve el problema que te comenté

S: cuando fuiste a esos concesionarios, ¿qué persona te atendía?

D: un vendedor normal, el problema era que uno le preguntaba por las características de la moto y no saben nada, osea uno le dice “¿qué moto es?” – “ah la marca es tal” – “venga y ¿cuántos cilindros?”, y ya, no saben nada más, ellos te hablan de una moto pequeña, de una moto comercial, pero de una moto grande no. Todo fue consultado por internet

S: entonces que es lo que más te parece importante en el momento que un vendedor te atienda, pues un asesor comercial, ¿te parece fundamental el conocimiento o te parece que con lo que vos habías consultado en internet y sabías no necesitabas de su asesoría?

D: no, a mí me parece bueno que le digan a uno qué tipo de moto va a comprar, pues uno no puede comprar una moto a ciegas, si yo no consulto no la compro, pues si hubiera sido bueno que me dieran una asesoría, pero más que eso para eso está el internet y por mi cuenta consulté todo lo que tenía que ver con eso

S: cuando visitas un concesionario, ¿qué importancia le das a la facilidad de parqueo, de acceso que tenga, o es indiferente donde está ubicado el concesionario?

D: no yo digo que todo está en la ubicación, en el aspecto y en la forma en como uno llega, si uno sabe que va y no hay parqueadero por ejemplo el de la 33 en sentido Bulerías, no hay donde parquear, pero si vos vas en un carro y parqueas sobre la 33 te parten, entonces vos para que vas a ir allá, si llevas una moto es igual, entonces allá hay que llegar a pie y casi todo el mundo tiene medio de transporte, a ese concesionario me parece que casi nadie va, en cambio el otro si tiene, pues tiene como tres para carro y unos cuantos para moto, pero al menos, yo diría que lo importante es como llegue uno al lugar y lo atiendan bien

S: antes de comprar la moto, ya me contaste que habían muy poquitas acá, pero ¿la habías logrado manejar o ver en otra parte?

D: no, yo si les dije que quería manejar la roja que tenían allá y me dijeron que no, que si la compraba era sí o no, que es algo que me parece maluco porque uno comprar una moto sin probarla, es como cuando vos vas a comprar un carro, a vos te dicen “ve acá tengo un carro por si querés dar una vuelta y la probas”, en las motos no, la Yamaha ya lo está haciendo, la Yamaha toda moto nueva que le llega están haciendo las pruebas de ruta en Rionegro, eso me parece muy bueno, porque es bueno uno saber a qué se va a montar antes de comprar

S: ¿entonces ninguna de las motos que me has contado que has comprado, le has podido hacer el *test drive* antes de comprarla?

D: no, porque las que compré antes en la Yamaha no había eso y la que compré en BM tampoco, pues me dijeron, si quiere le da una vuelta pero tiene que pisar la mitad de la moto, entonces yo le dije “pues si la piso la estoy comprando, porque si no me gusta pues ya la pisé”, ellos me decían “es la mitad de la plata, si no la comprás se te puede distribuir en cualquier otra moto pero no se te devuelve”, o sea vos das la mitad y podés probar cualquier moto pero me tengo que quedar con alguna. Pero sí, a mí me parece fundamental poderla probar

S: en los concesionarios donde estaba esta moto o pues la que estaba en el de San Diego, ¿te ofrecieron algún plan de financiamiento, pues o el intermediario te ofreció algún plan?

D: no, yo diría que me salió así de económica fue porque yo la compré en efectivo y yo siempre he dicho algo, pues yo siempre que voy a comprar algo “al tener efectivo, se ahorra el trámite y se ahorra cosas”, yo nunca pregunto pero demás que si hubo el momento, demás que si me lo dijeron pero ni bolas les presté, pues les llegué así de una y que la pagaba en efectivo y será por eso que salió tan económica

S: me contaste que cuando la compraste, pues en el momento de la entrega hubo un retraso, ¿cuánto tiempo se te demoraron en entregar la moto?

D: pues la moto yo la compré como por decir, eso fue un lunes, tuve que esperar a que llegara de Cali y eso más o menos llegó el viernes, llegó el viernes y yo ya la quería sacar, me dijeron que no que había que esperar a matricularla, entonces al martes le pregunté al intermediario que por qué no la había matriculado y me dijo “no es que tengo un problema con el RUN”, pues con el RUN, con el RUT, pues no sé esa parte cuál es, entonces le dije “¿cuál problema?” – “no es que no estoy matriculado y no puedo vender esto, esta moto sigue estando aquí pero no te la puedo vender”, me dijo que esperara que eso era un proceso, yo me desesperé de cierta manera porque yo ya había dado la plata, entonces yo fui en un remolque por la moto y me la llevé para la casa, le dije “yo necesito que me la entregue matriculada de aquí al jueves o si no lo demando”, y ya al lunes siguiente fue que me entregó los papeles, ese fue como el mayor retraso

S: sin contar el último inconveniente, siempre se demoró cinco días en llegar la moto acá desde Cali, ¿él te dijo que se iba a demorar en llegar cinco días?

D: no en ningún momento, o sea, yo sabía que había que traerla de Cali pero yo me imaginé que si uno la paga, qué se demora traer un carro de Cali, se demorará ocho horas, póngale ocho horas, me imagine que el mismo día estaba acá, por eso le decía a él “¿por qué te tenés que demorar una semana?, acaso la van a mandar desarmada y la vas a armar aquí”, pero si ese fue el proceso que había que esperar y tocó tener paciencia

S: ¿dónde recogiste la moto cuando ya te la entregaron, en un concesionario?

D: no, yo a él lo acompañé a recogerla a la Honda de San Diego, la montaron en una moto grúa, pues en una gruita y la llevamos hasta el negocio de él que quedaba en la 10 a, y la dejamos allá porque él me dijo “llevémosla allá para yo organizarla, para yo mandarla a lavar, para todo”, y ahí fue cuando yo me empecé a desesperar a los días y me la llevé para la casa

S: pero entonces ¿cuándo la recogieron en Honda, en el concesionario, Honda no tuvo nada que ver con vos, o sea Honda no te explicó nada de la moto?

D: ni me la explicó a mí, ni se la explicó a él, él fue el que consultó y el que me explicó, pero cuando me explicó yo ya había consultado, entonces llegaba y me decía “vea la moto tiene tal y tal cosa”, y yo le decía, “si ya yo lo sé”, pero la Honda en ningún momento, incluso allá llegamos, a él le preguntaron que quién era, porque él como que no la compró realmente en ese concesionario, si no que como que el contacto de él era en Cali, entonces él la compró allá, pero le dijeron que se la disponían pero se la dejaban en un concesionario de Medellín, que dijera cuál que si quería se la dejaban en la principal que era en San Diego y ya ahí fue que la recogimos, pero allá ni siquiera sabían que nosotros íbamos por la moto

S: ¿te parece fundamental que la marca se apropie y explique todo acerca de la moto, así por lo general hay gente que llega a comprar motos gama alta con todo el conocimiento como vos llegaste, pero entonces te parece importante que vuelvan a explicarte en el proceso de entrega, para qué sirve cada botón?

D: a mí me parece fundamental que lo digan, inclusive porque uno no está comprando huevos, uno no está comprando cinco mil pesos en huevos, uno está invirtiendo mucha plata que ahorra o que se consigue pues con esfuerzo, si es bueno que lo expliquen, yo sé que ellos tienen unas metas por vender, entonces ellos tendrán por decir diez millones de pesos por vender en motos, sea la moto que sea, y ellos solo se preocupan por cumplir las metas en vez de preocuparse por el cliente si está contento, que el cliente si la vende y está contento algún día va a volver, entonces ellos no se preocupan por eso que me parece elemental, pues si uno está vendiendo un producto tiene que dejar al cliente contento para que vuelva más adelante

S: el proceso de entrega que te hice este intermediario, ¿te parece que fue completo o que le faltó algo, o pues el conocimiento era muy por encima, muy aprendido de memoria o si tenía pues un conocimiento?

D: pues casi que el intermediario era amigo mío, pues es amigo mío, entonces él llegó y me dijo “Daniel la moto tales”, entonces yo le decía “mejía yo ya sé de la moto pues no te

preocupes ya que me la quiero llevar”, entonces él me decía “espérate” y ahí fue cuando yo me desesperé y me la llevé en un remolque para la casa, pero él realmente no se gastaba el tiempo en saberme explicar porque él ya había invertido su plata y él ya me vendió la moto entonces ya no se preocupaba por nada

S: de esta moto que me habías contado que habías leído en internet y todo, ¿buscaste en la página oficial o también leíste recomendaciones en blogs?

D: leí mucho en los foros de Europa, leí mucho, y en la página de España no se leía mucho, decía como las características, que motor tiene, que sistema de frenos tiene, cómo son las llantas, los diámetros de las llantas, pero en sí más que eso siempre leo más los foros europeos que te dicen “ve a la moto siempre le falla esta cosa, esta tal otra”, entonces ya uno sabe que es lo que está comprando

S: te voy a hacer una pregunta, ¿te arrepentís de habérsela comprado al intermediario por esa diferencia de precio que te ahorraste o crees que valió la pena?

D: valió la pena porque es la misma moto que le hubiera comprado a Honda y me ahorré cuatro millones de pesos

S: aparte de los costos altos en concesionarios, ¿qué otro factor te hace utilizar un intermediario, o es netamente costos?

D: yo digo que es netamente costo, incluso hasta daría más miedo comprarla con un intermediario porque la garantía después te toca molestar al intermediario para que baje al concesionario, pero después de que yo compré la moto yo tuve contacto directo con el jefe de importación de Fanalca, que Fanalca es el que trae todos los motores de Honda y creo que otras marcas, creo que Mitsubishi, yo tengo contacto directo con él, incluso él a veces me llama y me ofrece otras motos, me ofrece carros, me los vende mucho más económicos, si una moto está en cinco millones me la vende en tres, cuatro millones o a veces me rebaja 300 mil pesos, pero es plata y él me la pone acá en Medellín, entonces yo digo que es indiferente con quien la compre pues por la moto, pero si es mejor comprarla uno directamente en el concesionario, debido a que ellos responden con la garantía, es mejor que el recibo diga Honda, pues yo digo que esa es la garantía de uno

S: en la interacción que tuviste con estos concesionarios de Honda, ¿qué te sorprendió positivamente de ellos?

D: ¿cómo así?

S: o sea, te pareció muy buena la atención, muy bueno el conocimiento de los vendedores, muy buenas las instalaciones

D: no en Honda no, yo por eso digo que acá nadie compra una Honda, pues de alto cilindraje casi nadie prefiere comprarlas, porque aquí los repuestos no los venden, pues no los tienen, para traerlos se demoran mucho, entonces mejor los importa uno desde Estados Unidos y la atención es malísima, o sea aquí nadie te habla bien de una moto, aquí vos vas a un concesionario y decís tal moto, entonces le toca ir a hablar con el gerente que cuánto vale esa moto, y él llega con el precio, y uno le dice “venga qué tal la moto” – “ah no muy buena”, no le dice a uno nada más

S: entonces aspectos por mejorar, ¿todos o alguno en especial?

D: todos, yo digo que todos, ya ellos están teniendo las motos acá, porque antes era que usted pagaba y esperaba a que se la trajeran y yo diría que los aspectos todos, porque si tú vas, tú quieres que te hablen bien de una moto, o sea es como si vos vas a mirar un carro, vos vas y querés ver el carro del color que hay, en cambio vos vas a un concesionario de Honda y te muestran es un color y vos decís “ah y ¿la blanca?” – “vaya mírela en internet”, en vez de ellos tener unas fotos, un catálogo o algo en 3D que se vea bien la moto, pero si les falta mucho

S: en alguno de estos concesionarios a los que fuiste aparte del descuento por pagar de contado, ¿te ofrecieron algún incentivo, pues algún obsequio?

D: no nada, incluso les estuve pidiendo un llavero que Honda maneja muy buenos y me dijeron que no que con la segunda moto que les comprara, y me dio tanta rabia que les dije “no pues entonces partamos la moto a la mitad y les compré dos”

S: Bueno entonces ya de este proceso comercial, ¿cuál fue el momento que más te marcó positivamente, desde que empezaste a buscar la moto hasta que te la llevaste manejando?

D: qué fue lo que más me marcó, la demora

S: pero no, positivamente

D: ah positivamente, no pues ver la moto yo creo, es que no sé, yo digo que lo mejor que uno puede ver es ver la moto que ya está casi en las manos de uno

S: listo, entonces ya dejemos a un lado la parte comercial y ya miremos los servicios pos venta. Me contaste que la llevaste solo a una de las revisiones de garantía

D: sí a la primera, a la de mil kilómetros

S: ¿a qué centro de servicio la llevaste?

D: la llevé al negocio del intermediario, del amigo mío, allá la llevaron, contrataron un mecánico y el mecánico lo que hizo fue simplemente cambiar un aceite y eso que era mirando por dónde era que salía el aceite, por dónde era que se echaba el aceite, entonces era casi que entre los dos mirando por donde se le echaba y por donde se le salía. Entonces yo dije pues si voy a tener que pagar 300 mil pesos para yo tener que sentarme con un mecánico por dónde sale, más bien lo sigo pagando yo

S: ¿por qué no lo llevaron a uno de los centros de servicio autorizado de Honda?

D: porque no tienen la capacitación para coger motos de alto cilindraje

S: ¿en ninguno?

D: no sé, yo le pregunté a Jaime que es el de Fanalca, le dije “Jaime dónde te llevo la moto” – “no llévala a donde el amigo tuyo que allá le vamos a pagar a un mecánico”, y yo “y ¿Por qué no la llevamos a un centro?” – “ah no esa gente no está capacitada” y yo ah bueno

S: pero ¿entonces obviamente la garantía seguía?

D: si la verdad la garantía seguía el año continuo y a mí me daba mucha tranquilidad era porque estaba hablando directamente con Jaime pues con el director de Fanalca entonces no había problema

S: entonces en esta revisión cuando la llevaste, ¿el intermediario fue el que te la recibió o fue ya el técnico que habían contratado?

D: el intermediario me la recibió, luego me dijo que había que esperar al mecánico, yo le dije que lo esperaba, ya luego llegó el mecánico y nos pusimos a mirar la moto y ahí fue que le echamos mano, porque le echamos mano entre los dos

S: ¿entonces vos te quedaste todo el rato con él?

D: sí, hasta que me la llevé

S: ¿entonces no fue necesario hacer una orden de entrada?

D: como era amigo mío no, pero normalmente en un concesionario se hace orden de entrada, en las otras motos que tuve sí, se hace una orden, incluso uno no puede estar ahí, no puede estar al lado del mecánico, pero como era por medio del intermediario todo el momento estuve ahí

S: ¿en algún momento la moto ha presentado una falla con necesidad de presentar garantía?

D: sí una, una falla en las mariposas del motor y eso se solucionó, se arregló y ya me la entregaron y no ha vuelto a molestar

S: ¿dónde reclamaste, otra vez con el intermediario o con Honda?

D: con el intermediario, o sea eso fue con Honda pero el de Fanalca me dijo “vuelva y llévela allá, que allá se la revisan, allá se la arreglan”, se arregló

S: ¿pero obviamente con garantía?

D: ah yo no pagué, no pagué un peso, todo fue por garantía

S: en este momento que ya vos decidiste no llevarla allá, obviamente por los costos, ¿no has pensado en buscar un centro de servicio de Honda donde si encuentres a alguien capacitado o donde la estas llevando actualmente?

D: no porque yo siempre desde chiquito como he tenido moto, las he desarmado casi todo y vuelvo y las armo, está no me he puesto a desarmarla porque ya con tanto trabajo no me queda tiempo, pero yo sé hacerle todo, yo le cambio los líquidos de freno, pues el mantenimiento se lo hago yo personalmente y me siento más tranquilo, yo más o menos investigo en foros y en videos sé cómo se hace y prefiero yo hacerlo en vez de pagar, esperar a ver si el otro si sabe hacerlo y después me deja sin frenos y me quiebro el culo en la moto

S: y ¿vos dónde compras todos estos insumos para hacerle el mantenimiento preventivo a la moto, en Honda propiamente?

D: no todo lo compro, si son aceites y eso los compro acá, si son filtros y cosas así las compro en Estados Unidos cuando voy o cuando las importo, hay muchos repuestos que se consiguen allá porque son similitudes a cualquier otra moto, hasta el momento no me ha tocado así nada grave que me haya tocado comprar, porque si algo diferente me toca comprarlo en Europa, pero hasta el momento casi todo lo que es esencial acá y ya algún filtro u otra cosa la compro en Estados Unidos

S: al dejar de llevar la moto a las revisiones, ¿ya perdiste la garantía o pues la perdiste en su momento?

D: si a uno le advierten que hay que llevarla a las revisiones y si no se acaba la garantía, yo no he perdido la garantía pero más bien no les digo que kilometraje tiene, o sea no estoy

constantemente allá, yo la llevé a la primera de los mil, luego la segunda por medio del intermediario que es el amigo mío yo le dije “ah sabes qué, yo le cambie el aceite en la casa” – “¿y si lo hiciste bien?” – “no pues ese día lo hice con el mecánico”, entonces por medio de Jaime si Jaime preguntaba le decía que lo había llevado al intermediario, pero realmente no lo llevé, la cambié fui yo. Como la moto se usó mucho al principio y ya luego la dejé de usar nunca perdí la garantía que era un año o 20 mil kilómetros

S: Entonces obviamente pues por la confianza ¿cuándo la ibas a llevar a la revisión no había necesidad de cita o si llamabas y preguntabas si te la podían recibir?

D: como Honda maneja tan poquitas motos no, pero en otros concesionarios si hay que llamar y pedir cita, y lo maluco de la cita es que a vos te toca esperar un tiempo, o sea vos queres una cita para hoy o para mañana, entonces las citas son para dentro de una semana, entonces ellos te dicen si la revisión es de los mil no te podés pasar de mil 100, y si la cita es para dentro de una semana y los mil los cumpliste hoy, la moto la tenés que dejar de usar una semana para no perder la garantía

S: la parte que hablábamos de la ubicación de los concesionarios, ¿te parece que funciona igual para los centros de servicios y taller o pues hay un poco más de permiso ahí para que esté ubicado en otro tipo de lugares?

D: no todos tienen taller, hay unos que solo son pos venta y pues no sé qué te digo ahí

S: pues por ejemplo si te dijeran en el centro en una parte peligrosa, maluca que hay un técnico especializado en motos Honda gama alta, ¿vos estarías dispuesto a llevarla allá independiente del sitio de ubicación o te parece que es algo fundamental?

D: si el daño fuera muy grande y me tocara llevarla allá, y es el único que sabe la llevaría pero no andando, la llevaría en un remolque pues dependiendo del lugar, si me parece esencial que sea un lugar tranquilo debido a que las motos de gama alta son más costosas y el siniestro más grande, pues de robo

S: en el punto de venta o en el taller del intermediario, ¿te ofrecen algún tipo de accesorios, de repuestos o no?

D: no, ellos no tienen nada de las motos, pues ellos te venden unas llantas que las conseguís acá, te consiguen un rin que de pronto es muy similar a otro rin, pero si el rin es diferente en específico, te toca esperar casi cuatro meses, seis meses a que te llegue, entonces ellos no ofrecen absolutamente nada

S: ¿cuándo tuviste problemas de garantía, te cumplieron con las fechas que te dijeron inicialmente para la reparación o también hubo necesidad de tiempos de espera adicionales a los que te habían dicho?

D: hubo una prologa, sí, el daño se demoraba un día y medio, yo la dejaba hoy y me la entregaban casi a los otros dos días y tocó esperar casi una semana

S: bueno y obviamente ¿ahí no estuviste presente en todo el tiempo?

D: si claro ahí me tocaba dejar la moto allá

S: cuando estuviste ausente, ¿mantenías contacto con ellos o ellos eran los que te contactaban para informarte?

D: no ellos no me contactaban, yo por tener rosca con el amigo mío, con el intermediario me iba para allá en las tardes, pues iba miraba, que si estuvieran las cosas, que si me estuvieran cuidando las cosas, pero no, ellos no lo llaman a uno

S: cuando la recogiste por garantía, ¿vos le revisaste todo absolutamente todo o cómo fue el proceso de revisión, la cogiste y te fuiste y si te dabas cuenta que seguía fallando volvías?

D: la probé fue andando porque el problema era sobre todo cuando se calentaba, o sea cuando la prendí fue cuando la miré, pero no miré las demás piezas, porque como lo conozco a él no creí que de pronto haya cambiado algo

S: ¿cuándo te entregaron la moto te la entregaron sucia o lavada?

D: si lavada, ellos entregan las motos lavadas

S: ¿te parece esto fundamental cuando la llevas a una revisión o no te parece que este valor agregado haga la diferencia entre un sitio y otro?

D: pues eso si lo hace esencial porque es bueno ver la motico lavada, pero lavada es que se demora más, entonces tan fundamental no me parece pues en mi parte personal no, a mí me la pueden entregar así como la dejé, porque si yo la dejé sucia, sucia me la van a entregar, de pronto es más fácil como se la lleve uno, si uno se la lleva lavada que la entreguen lavada, pero si yo siempre llevo eso sucio

S: de estos centros de servicio de Honda, aparte del conocimiento que me decís, ¿te parece que los costos también hacen una diferencia con llevarla a otros centros de servicios autorizados, o es solo por falta de conocimiento?

D: yo digo que la gente no la lleva casi a las revisiones por lo que vale, porque es que ellos no revisan el motor como tal, porque revisar un motor es desbaratarlo, ellos simplemente revisan que las luces funcionen y cambiar el aceite y el filtro, y por eso ir a pagar 200 mil pesos por eso no se justifica, y por eso es que más de uno no la lleva, prefiere ir más bien a un taller cualquiera que le cambie eso y le cobran 50 mil pesos

S: las otras motos que me contaste que tuviste ¿si las llevaste a todas las revisiones, o no, o tampoco?

D: una de las Yamaha sí, y la BMW también que las cosas son costosas pero esa me preocupa más porque como la moto es de gama demasiado alta, me preocupa que de pronto le falle algo y me salgan con que como yo le cambié el aceite por aparte no me cubre la garantía, entonces la BM sí, una Yamaha también, pero de resto las otras no las he llevado

S: en estos que si las llevaste, ¿si encontrabas los técnicos especializados en estas cilindraje gama alta?

D: BMW sí, allá incluso la atención fue súper buena, yo les preguntaba por la moto sin saber y me hablaban súper bien de la moto, me dieron todas las especificaciones, me dijeron qué hacía, qué no hacía, cómo se manejaba, que tuviera cuidado con tal y tal cosa, pero de resto lo que es Yamaha y Honda no, es que yo digo que solo son las gama demasiado altas como BMW, ya las otras que son Yamaha, Honda, Kawasaki, Suzuki, la experiencia que he tenido con mis amigos, a uno por lo único que se preocupan es por si tiene la plata o no y vea su moto, de ahí para allá usted verá qué hace, en BMW no, allá si se preocupan por vos, si vos estas bien, si necesitas un repuesto te lo traen rápido

S: entonces después de haber vivido toda esta experiencia de servicio pos venta con Honda a través del intermediario, ¿qué es el aspecto que más resalta como a mejorar de esta marca con respecto al servicio pos venta?

D: ¿a la hora de venderle la moto a uno?

S: no, el servicio pos venta, o sea ya cuando está en garantía, las revisiones, el tema de repuestos, ¿qué es en lo que más fallan ellos?

D: en lo que fallan ellos es en los repuestos y en el saber a qué llega uno, normalmente en otros concesionarios a vos te muestran un mapa de la moto desarmada y cada pieza tiene un código, la Honda no. La Honda vos llegas por un repuesto y tenés que decir qué parte es, en qué parte del motor, pues tenés que llegar con especificaciones y ellos lo piden así, no tienen un código de repuesto. Yo creo que Honda para mejorar, todo

S: ¿vos la moto la usas como transporte diario o es solo diversión?

D: solo diversión

S: ya dejando de lado toda la parte de relación con el concesionario y los centros de servicio, ¿la marca ha mantenido contacto con vos por algún medio, por Facebook, a través de correo?

D: no, nada, conmigo nunca se contactaron, todo yo lo hacía por medio del teléfono

S: ¿te parecería importante por ejemplo que la marca te mandara correos indicando nuevos lanzamientos, invitándote a paseos?

D: pero no tanto eso, de pronto fuera más fácil que le dijeran a uno por medio de correos, "para la motocicleta tuya tenemos tal y tal repuesto por si lo necesitas en cualquier momento", yo creería que es eso es lo más importante

S: me imagino que si no te interesa tanto eso es porque ¿ya tenés tu grupo de amigos para salir?

D: ah si uno ya tiene las amistades, si ya eso cada uno por cada quien

S: ¿es con los amigos, familiares, compañeros de trabajo?

D: son amigos de las motos, de la calle, uno los va consiguiendo poco a poco y va saliendo

S: ¿generalmente a dónde van?

D: yo empecé saliendo solo y ya uno se encuentra con gente en Llano grande y ahí se forma una amistad y ya con la amistad se comunica por medio del celular

S: ¿Honda realiza algún tipo de eventos y los invita o por ejemplo cuando está el stand de la feria de las dos ruedas los invita a ustedes a que los visiten, o para nada?

D: ellos no lo llaman a uno, ellos si hay una feria de esas de dos ruedas o cosas así, ellos en vez de tenerlo a uno en cuenta o avisarle no lo hacen

S: ¿pero entonces si te gustaría?

D: pues sería bueno que le informaran a uno, pues no que le llenen el correo ofreciéndole cosas bobas, simplemente información

S: ¿vos volverías a comprar una moto Honda?

D: sí, es que no la compro tanto por cómo me atiendan, ni quien me la venda, si no por el producto, porque sé que es muy bueno y no me va a fallar

S: si ya no hay un tema alto diferencial de precio, ¿la comprarías es en un concesionario u otra vez buscarías al intermediario?

D: todo depende de quién me la venda más barata, yo compro es por quién me la venda barata porque sé que Honda no me falla, es muy buena y si voy a comprar otra y me la ofrece alguien más barata así sea con una garantía de tres meses, la compro

S: ¿les recomendás a tus amigos y familiares comprar Honda a pesar de los problemas que has tenido?

D: sí, incluso nosotros íbamos a comprar un carrito de estos para trochar, pero no lo compré ya por el precio, el problema que tiene Honda es que los precios son más elevados que cualquier otra, pero porque son más finas, casi nadie lo compra es por eso, por el precio alto y por el tema de repuestos. Pero sí, a cualquiera le recomiendo Honda, a mí me ha salido muy fina, ya llevo dos años y medio con ella y muy buena

S: lo bien que te ha ido ya con el producto como tal pero no con la marca, hace que sintás un poco de fidelidad hacía ella o dependiendo de la necesidad que tengas no tendrías problema en comprar una Kawasaki, una KTM

D: a mí desde chiquito mi papá me inculcó que Kawasaki y Suzuki no, y cada vez que las veo y veo las de los amigos, veo que algo le suena, veo que le falló tal cosa, entonces uno va mirando lo que me inculcó mi papá desde pequeño. Ya últimamente las Yamaha están fallando mucho, prácticamente me quedo con la que tengo

S: muchísimas gracias por este tiempo, yo creo que ya con esto acabamos, mil gracias, nos va a servir mucho, te contaremos los resultados al final si te interesa

D: sí claro, y si les falta alguna cosa me avisan, lo que necesiten

ANEXO 6 - REGISTROS FOTOGRÁFICOS

Fuente: Trabajo de campo



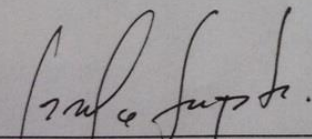
Fuente: Trabajo de campo

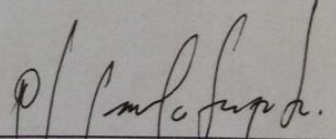


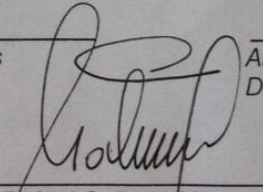
ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA

ACTA DE EVALUACIÓN FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Fecha: (dd/mm/aa)	17/06/2014	
Nombre del proyecto:	<i>Ciclo de servicio en ensambladoras colombianas de motocicletas gama alta que comercializan en el área metropolitana</i>	
Director del proyecto:	<i>Ana María Ortega Álvarez</i>	
	Nombre del estudiante	Programa académico
	<i>Natalia Vargas Arboleda</i>	<i>Ingeniería Administrativa</i>
	<i>Sebastián Montoya Castillo</i>	<i>Ingeniería Administrativa</i>
Nombre del Jurado:	Rafael Galindo Monsalve.	
Evaluación del proyecto:		
<input type="checkbox"/> No aprobado <input checked="" type="checkbox"/> Aprobado		
Espacio exclusivo para jurado		
<input type="checkbox"/> Mención Pública <input type="checkbox"/> Mención honorífica <input type="checkbox"/> Trabajo laureado		
Justificación del reconocimiento: (Artículo 28 del Acuerdo 11: "El director del Programa presentará el acta final de evaluación al Consejo Académico, donde consta la solicitud de mención especial debidamente justificada y el Consejo determinará si se otorga o no")		


Juan Camilo Zapata Villegas
Director del Programa


Ana María Ortega Álvarez
Director del Trabajo de Grado


Rafael Galindo Monsalve
Jurado